



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NO MUSEU DO
AMANHÃ: INTERATIVIDADE E CONSUMO
CULTURAL**

BEATRIZ MONTEIRO MOURA

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NO MUSEU DO
AMANHÃ: INTERATIVIDADE E CONSUMO
CULTURAL**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

BEATRIZ MONTEIRO MOURA

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **A participação do público no Museu do Amanhã: interatividade e consumo cultural**, elaborada por Juliana Marques Rocha.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Patrícia Cardoso D'Abreu
Doutora em Comunicação pela Instituto de Arte e Comunicação Social – UFF
Departamento de Comunicação – UNICARIOCA

Prof. Dr. Márcio Tavares D'Amaral
Doutor em Ciência da Literatura pela Faculdade de Letras - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

MOURA, Beatriz Monteiro.

A participação do público no Museu do Amanhã: interatividade e consumo cultural. Rio de Janeiro, 2017.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação –
ECO.

AGRADECIMENTOS

À vida e às circunstâncias que fizeram com que eu chegasse até aqui. Não estaria tão feliz ao me formar se não fosse o curso que escolhi e fiz questão de estudar.

Aos meus pais pelo esforço, dedicação e amor. Entendo o quanto colocaram meus desejos e minha formação como prioridade na vida de vocês. Só posso agradecer demais pelas oportunidades que me presentearam.

À minha família inteira. Não seria metade do que sou hoje sem meus tios e avós. Obrigada pela parceria de sempre, pelo amor que recebo desde que me entendo por gente e pela preocupação de estarem sempre presentes na minha vida.

Ao Junior, que sempre acreditou em mim, esteve ao meu lado durante o longo percurso que foi a faculdade e foi meu braço direito na construção deste trabalho. Nossa parceria é inspiradora.

Aos amigos que acompanham minha jornada pela vida, em especial Amanda e Daniel. Obrigada pelo carinho e pela amizade eterna.

Aos queridos amigos de faculdade: Cecília, Eduardo, Kupfer, Maleson e Victor. Sem palavras para descrever nosso encontro e nossa troca!

Ao local incrível e extremamente pensante que é a Escola de Comunicação da UFRJ. Com imenso prazer carrego um pouco do modo de pensar e de estar no mundo defendido pela instituição.

Aos professores que me ajudaram a colecionar aulas pensantes e muito pertinentes nos dias atuais. Em especial, à professora Gabriela Nóra pela orientação, conselhos e estímulos durante a fase final. Obrigada!

À EC2 e aos colegas que fizeram da faculdade um local acolhedor.

Ao Colégio Pedro II pela base da minha formação e por semear a crítica e a observação social.

Ao entrevistado Dino Siwek pela disponibilidade e benevolência com o trabalho.

MOURA, Beatriz Monteiro. **A participação do público no Museu do Amanhã: interatividade e consumo cultural.** Orientadora: Gabriela Nóra Pacheco Latini. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O presente projeto aborda o Museu do Amanhã, localizado na região central do Rio de Janeiro, a partir da participação do público no museu. Procura-se ressaltar como foi possível a criação de um museu de ciência interativo e como ele está inserido no contexto social do Rio de Janeiro. A partir disso, o projeto investiga como é o relacionamento do público com o museu ao correlacioná-lo com a interatividade - presente na exposição estudada - e com o consumo cultural, que guia moradores e turistas ao Museu do Amanhã. A metodologia inclui entrevista com um coordenador do museu, visitas ao Museu do Amanhã e levantamento bibliográfico.

Palavras-chave: interatividade; museu; consumo cultural; Museu do Amanhã; turismo cultural.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. DO MUSEU DO PASSADO AO DO FUTURO

2.1. Museus e linguagens

2.2. Museu do Amanhã: um museu de grandes novidades

3. INTERATIVIDADE: A PARTICIPAÇÃO DENTRO DO MUSEU

3.1. A comunicação através da interatividade

3.2. A interatividade presente no Museu do Amanhã

4. MUSEU E SOCIEDADE

4.1. Museu do Amanhã: produto de consumo cultural

4.2. Turismo cultural no Museu do Amanhã

5. CONCLUSÃO

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7. ANEXO I: IMAGENS

8. ANEXO II: ENTREVISTA

1. Introdução

A abertura do Museu do Amanhã, no final de 2015, foi um grande acontecimento na cidade do Rio de Janeiro. A inauguração contou com apresentações musicais e fila durante as 32 horas ininterruptas nas quais o museu ficou aberto. Marco da mudança da região da Zona Portuária e dono de uma arquitetura imponente, o Museu do Amanhã atraiu público e causou curiosidade aos moradores e turistas às vésperas da primeira Olimpíada na América do Sul.

No primeiro final de semana aberto o museu chegou à marca de 25 mil visitantes, enquanto após três semanas atingiu 100 mil¹. Por exemplo, o Museu Imperial, em Petrópolis, recebeu 321.632 visitantes em todo o ano de 2016 e foi o museu vinculado ao Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) que mais recebeu público². O Museu do Amanhã não só atraiu o público que costuma frequentar museus, como os cariocas que não possuíam o hábito. Em pesquisa realizada pelo próprio museu em janeiro de 2016, 42% das pessoas entrevistadas afirmaram não serem frequentadoras de museus: 10% nunca foram a um, enquanto 32% não iam há um ano³.

O museu aposta na integração entre a ciência e a interatividade para apresentar uma série de questionamentos sobre as possibilidades para um futuro sustentável. Para isso, o Museu do Amanhã traça um caminho que liga o início do universo ao momento em que nos encontramos hoje, o Antropoceno, e que, ao final, ajuda os visitantes a pensar sobre diferentes amanhãs possíveis. O museu não faz uso de acervo material, como fósseis ou documentos, mas faz uso de telas - seja de projeção ou do computador - para apresentar o conteúdo proposto.

Sendo assim, o Museu do Amanhã lança mão da participação do público dentro da exposição para que ele consiga absorver as informações elaboradas. É importante lembrar que, além disso, o objeto deste estudo possui estreita ligação com seus visitantes, que se mobilizaram e compareceram para conhecer o marco da área revitalizada da cidade. O trabalho, então, buscará entender como o público se faz presente no Museu do Amanhã. Ou seja, como o visitante se relaciona com o museu em seu interior e como o museu está inserido na sociedade atual.

¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2016/01/museu-do-amanha-tem-longas-filas-neste-sabado-nublado-no-rio.html>. Acesso em: 10/05/2017.

² Disponível em: <http://www.museus.gov.br/tag/numeros/>. Acesso em: 10/05/2017.

³ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/pesquisa-em-museu-mostra-que-10-do-publico-nunca-tinha-ido-centro-cultural-19353941>. Acesso em: 10/05/2017.

A monografia entrará no campo da comunicação ao estudar uma instituição cultural que visa à difusão da informação e do conhecimento científico. O Museu do Amanhã se mostra como um dispositivo da comunicação que apresenta linguagem própria, a interativa, e um papel específico na sociedade ao passar conteúdos científicos aos visitantes e propor a reflexão sobre o futuro. O museu aparece como um dispositivo cultural que - assim como a mídia, por exemplo - apresenta características próprias e uma linguagem particular.

Para se aprofundar no tema proposto, o trabalho adotará como metodologia o levantamento e a revisão bibliográfica que contemplarão as áreas da Comunicação, da Museologia e da Ciência da Informação, visto que se trata de um museu interativo que visa a disseminação de informação ao público em um contexto histórico importante para a cidade do Rio de Janeiro. Ao buscar compreender melhor a criação do Museu do Amanhã, soma-se à metodologia uma entrevista com o coordenador de pesquisa e engajamento de público do museu, Dino Siwek. Presente desde a concepção do objeto deste estudo, Siwek acrescentará a visão interna da instituição. São abordados temas pertinentes à monografia e à criação do museu como a experiência dos visitantes, o tipo de público, como a interatividade se faz presente e ajuda no papel do museu de informações e a relevância do museu.

Para começar a trilhar o caminho proposto pelo trabalho, que será dividido em três capítulos, é importante destacar como foi possível a construção do Museu no Amanhã. O primeiro capítulo - “Do museu do passado ao do futuro” - terá como objetivo situar o objeto historicamente e detalhar sua concepção e temática. Para contextualizá-lo, será abordado um breve e sintético histórico dos museus no mundo para percebermos as mudanças em seu conceito com o passar do tempo e com as transformações da sociedade. Nesse caminho, será extremamente importante utilizar as autoras e museólogas brasileiras Marlene Suano e Ana Lúcia de Castro, que apresentarão, historicamente, o caminho percorrido pela instituição museu para que se tornasse pública e, mais tarde, gerenciadora de cultura.

O capítulo terá como objetivo expor como o Museu do Amanhã está em consonância não só com a realidade dos museus de sua época, mas também com os questionamentos atuais. Na primeira parte do trabalho, ainda será necessário apresentar o objeto de estudo desta monografia, que se descreve com um museu de ciência interativo. Adentramos o Museu do Amanhã para observar como a exposição aborda o tema a partir

de observações durante visitas e o guia do próprio museu, disponível na internet. Além disso, sua criação será relacionada com o período de crescimento e mudança na área onde foi construído, a Praça Mauá, na região portuária do Rio de Janeiro. Os detalhes da exposição principal e o caminho percorrido pelo visitante serão os protagonistas desta parte do trabalho.

A relação do público com o museu ganha ainda mais destaque no segundo capítulo: “A interatividade: a participação dentro do museu”. Ao definir-se como um museu interativo, a participação do público torna-se necessária dentro da exposição para que todas as informações propostas cheguem ao visitante. Para entender como essa linguagem é utilizada no museu, será necessário conceituar a interatividade e relacioná-la com o ambiente do estudo. Assim, serão utilizados autores relacionados com a Ciência da Informação, como Pierre Lévy, além do teórico da comunicação Marshall McLuhan.

A interatividade, então, será abordada de acordo com os objetos interativos do Museu do Amanhã para compreendermos como ela está presente e como ela faz com que o visitante seja mais ativo e dialogue mais com o conteúdo proposto. Em um momento no qual a interatividade ganha destaque em produtos – como na televisão – e a realidade virtual está mais conhecida com o avanço da tecnologia, entender o conceito e como a interatividade é utilizada pelo museu é importante para perceber até que ponto ela é uma linguagem que condiz com o objetivo do museu. Ou seja, a tecnologia mostra-se de extrema importância para que o público possa compreender o objetivo central da exposição e, de fato, adquira novos conhecimentos? Ou a interatividade é um diferencial que atrai público e não está tão presente no museu?

Para além do ambiente interno do museu, o trabalho destacará outro tipo de relação do Museu do Amanhã com o público, que passa pelo consumo e turismo cultural. O capítulo “Museu e sociedade” terá como objetivo discutir novos papéis adquiridos pelo museu na sociedade como a utilização da marca para atrair público e manter a atividade da instituição. Hoje, muitos museus prezam por um relacionamento mais próximo com o público, o que dá novos contornos para a instituição.

Sendo assim, a última parte do trabalho abordará como o Museu do Amanhã agrega novos parâmetros culturais a partir do engajamento de público, inovações tecnológicas – como a interatividade – e opções de lazer. A sociedade atual ganhará destaque ao estabelecer novas maneiras de utilizar a cultura como um produto e fazer com que o público esteja mais próximo às instituições culturais.

Ao analisarem o museu por essa ótica, os autores Gilles Lipovetsky e Jean Serroy serão apresentados a partir de suas reflexões sobre a “cultura-mundo” e a era na qual a cultura torna-se um produto mobilizador de grandes públicos. O Museu do Amanhã se relaciona com esse contexto ao ser um marco da revitalização da área na qual se encontra, além de ser um dos mais novos pontos turísticos da cidade e chamar a atenção de moradores e turistas.

2. Do museu do passado ao do futuro

Para entender como surgiu, em 2015, um museu de ciência interativo na cidade do Rio de Janeiro, que busca imaginar cenários futuros para o mundo, é importante olhar para o passado. É essencial entender porque os museus começaram a realizar exposições com conhecimentos científicos para a sociedade e quando a tecnologia e a participação do visitante conquistaram as exposições para passar de novas maneiras as informações para o público.

Além disso, as características da exposição principal do Museu do Amanhã ganham destaque para apresentar o objeto de estudo do trabalho e para compreender qual caminho o público é convidado a seguir.

2.1. Museu e linguagens

Historicamente, os museus já tiveram diversos papéis na sociedade, assumindo inúmeras características. Segundo a museóloga Marlene Suano, sua origem foi na Grécia antiga, o *mouseion*, ou casa das musas, ambiente que era ao mesmo tempo um templo e local de pesquisa filosófica (1986: 10). Já Ana Lucia Castro, também museóloga, explica que o museu era destinado aos eruditos que se dedicavam à filosofia, música, poesia e artes (2007: 15). As obras expostas no local serviam mais para agradar aos deuses do que para serem contempladas pelos homens (SUANO, 1986: 11).

Em Alexandria, no século II a.C. (c. 367-366) o *mouseion* servia para acolher o saber enciclopédico. Com isso, era possível preservá-lo, discuti-lo e ensiná-lo. Entre os saberes que compunham o grande museu e se mantinham em constante produção estavam a religião, a medicina, a zoologia, a mitologia e a filosofia (CASTRO, 2007: 15). A ideia de museu estava ligada à compilação de informações, ainda sem ligação com o espaço físico, já que as coleções sobre diversos temas eram publicadas com esse nome (SUANO, 1986: 12).

Havia um esforço para tornar, até certo ponto, o conteúdo público com a abertura de centros de estudos, bibliotecas e pinacotecas. Isso porque, naquele momento histórico, os grandes frequentadores eram os considerados sábios nas sociedades grega e egípcia. Por isso, é importante observar que naquela época a comunicação humana estava em constante progresso.

O avanço da humanidade em se comunicar propicia que as instituições associadas a significados possibilitem o surgimento da era da escrita, evolução dos egípcios que resultaria na alfabetização, alcançando os

gregos e os romanos aperfeiçoariam. Com a expansão do conhecimento configura-se um dos traços de maior permanência no trajeto museológico, a feição enciclopédica, prenunciada no *mouseion* alexandrino. (CASTRO, 2007: 16)

Ainda segundo Castro enciclopédia passou a ser vinculada ao museu durante a Europa quinhentista (2007: 16). As publicações destrinchavam determinados temas como propriedades de especiarias e coleção de poemas e canções. É possível destacar, já no Iluminismo, momento de transformação intelectual, a encomenda da Enciclopédia das Ciências, das Artes e dos Ofícios para Denis Diderot, publicada em 1747, com 28 volumes. Naquele momento, “o museu prestava-se muito bem às necessidades da burguesia de se estabelecer como classe dirigente” (SUANO, 1986: 28).

Para Ana Lúcia Castro, “o movimento enciclopédico deixaria uma marca indelével no processo constitutivo museológico que começava a se estruturar desde o final do século XVIII” (2007: 17). A organização das publicações começava a ser feita a partir de princípios cronológicos para classificar as coleções, como nos *gabinets de curiosidades*⁴ criados por nobres. Tais procedimentos catalogação ajudaram no desenvolvimento da pesquisa científica durante o século XVIII. (CASTRO, 2007: 17)

O museu é resultante da prática do homem em colecionar e organizar coleções de objetos, conforme ressalta Castro. Os acervos eram particulares, retidos em palácios, mas quando começaram a ser doados voltaram-se para o patrimônio público. No entanto, a conquista social do uso do museu foi demorada. (CASTRO, 2007: 20-21)

A visitação durante anos, restringia-se a convidados ilustres e personalidades credenciadas. A Igreja limitava o acesso a suas coleções aos artistas e políticos. As galerias palacianas eram frequentadas exclusivamente por especialistas famosos e estudantes universitários indicados. (CASTRO, 2007: 24)

Segundo Suano, o final do século XVII e o começo do XVIII foram importantes para a consolidação do museu como é conceituado e entendido hoje. “Viram a cristalização da instituição museu em sua função social de expor objetos que documentassem o passado e o presente e celebrassem a ciência e historiografia oficiais” (SUANO, 1986: 23). Ou seja,

⁴ Coleções de objetos raros ou curiosos existentes por toda a Europa, durante os séculos XVI e XVII. Existiam centenas de gabinetes pela Europa, neste período, mantidos por príncipes ou casas reais, humanistas, artistas ou ricos burgueses. Disponível em: www.revistas.usp.br/revmae/article/download/109170/107661. Acesso em: 30/03/2017.

naquele momento os museus começavam a se preocupar com a divulgação de conhecimentos ao se tornarem locais de pesquisa e estudo.

A autora destaca a inauguração do considerado o primeiro museu público europeu, o Ashmolean Museum, em Oxford, em 1683. Por outro lado, a visita ao museu era restrita, sendo reservada a especialistas, estudiosos e estudantes universitários. (SUANO, 1986, 25)

É importante frisar que “a conquista social do uso do museu não se faz sem luta” (CASTRO, 2007: 24). Como afirma a autora, a visita dos museus era realizada apenas por pessoas ilustres ou credenciadas. A Igreja, por exemplo, abria suas coleções apenas para artistas e políticos, enquanto as galerias palacianas eram exclusivas para especialistas famosos e estudantes universitários selecionados. (CASTRO, 2007: 24)

Foi em busca da democratização do conhecimento dentro do museu, que os intelectuais franceses, liderados por Lafond de Saint-Yenne, escreveram panfletos para que as galerias de arte fossem abertas para o público. A visita foi permitida, porém apenas durante algumas horas, duas vezes por semana, para quem estivesse vestido adequadamente. (BAZIN apud CASTRO, 2007: 24) Segundo Suano, os ideais iluministas foram essenciais para a abertura de museus públicos na Europa (1986: 35-39).

No momento de tensão social e política vivida pela Europa no século XVIII, “a institucionalização do museu atenderia perfeitamente às ambições burguesas em se firmar como classe dominante” (CASTRO, 2007: 25). Os maiores e mais importantes museus da Europa surgiram naquela época, o que coroava a reverência ao patrimônio público. (CASTRO, 2007: 25). Nesse momento, os museus adquiriam características que enfatizavam sua grandiosidade. Suano afirma que eles eram enormes e suntuosos, em edifícios que imitavam palácios ou até templos greco-romanos, o que inibia o público (1986: 35).

Segundo a autora, os primeiros cinquenta anos do século XIX não ajudaram tanto no desenvolvimento do espaço público museu. A nobreza ainda sofria com a perda daquilo que era usufruído apenas por eles. No entanto, entre 1850 a 1914 começava a grande proliferação na Europa. A Inglaterra saltou de 59 museus para 354. (SUANO, 1986: 49)

Nessa segunda metade do século XIX o museu, enquanto instituição pública, passou a refletir também de forma imediata os problemas sociais pelos quais passava a Europa. Nesse período de definições de fronteiras e de conquista da soberania dos Estados, o museu foi usado para despertar ou enraizar a consciência nacional. (SUANO, 1986: 43)

Colônia portuguesa até o início do século XIX, no Brasil a situação era outra. Havia aproximadamente dez museus no final do século XIX (SANTOS, 2004: 55). Foi a chegada da família real portuguesa que marcou o início da musealização no país. Segundo a socióloga e historiadora Myrian Sepúlveda dos Santos, os primeiros museus reproduziam características dos museus europeus por serem instituições patrocinadas pelos Estados Nacionais, dedicadas a exibir suas coleções de objetos históricos, artísticos ou científicos para um grande público (2000: 276).

É necessário enfatizar que o Brasil, enquanto colônia portuguesa, não fugiria do modelo europeu concernente ao princípio evolutivo de figurar como reflexo do espelho metropolitano. Mesmo em condições precárias, D. João VI imprime um padrão de, entre outras medidas, estrutura cultural em vários níveis, almejando colocar em trilhos irreversíveis instituições que denotariam o primeiro estágio de modernização do país. (SUANO, 1995: 30)

A primeira instituição científica brasileira foi o Museu Real, fundado em 1808 (IBRAM, 2011: 61). Entre os objetivos estava “propagar o conhecimento, promover estudos nas ciências naturais e conservar material digno de observação” (SCHWARTZMAN apud CASTRO, 2007: 31). Hoje, conhecido como Museu Nacional da Quinta da Boa Vista, “é a instituição museológica mais antiga do Brasil ainda aberta ao público e também a que concentra o maior número de bens culturais no acervo” (IBRAM, 2011: 61).

Este primeiro museu brasileiro de história natural seguiu os critérios da universalidade do conhecimento, também presentes entre os grandes museus de história natural que se consolidavam na Europa. (LOPES apud SANTOS, 2004: 55)

No início século XX, na Europa, os museus continuaram o seu desenvolvimento, diversificando-se. Para a historiadora e antropóloga brasileira Lilia Schwarcz, nesse momento “os museus demarcam regras, distinguem coleções e destacam o profissionalismo” (1989: 32).

Por outro lado, as vanguardas europeias questionam o museu. O Manifesto Futurista, publicado em 1909, na Itália, por Filippo Marinetti, compara-o a cemitério e defende a sua demolição (SUANO, 1986: 48). Para Marinetti, o museu era como uma vitrine, na qual não era possível estabelecer relação com as obras, tornando-se uma “inútil admiração do passado”⁵.

⁵ Disponível em: www.metodologiacientifica.com.br/fpa/futurismo.pdf. Acesso em: 18/03/2017.

Durante as guerras do século XX, segundo Marlene Suano, o museu estagnou frente ao quadro de tensões, por isso volta-se para si, sem apelo do público (1986: 24). Dentre novas experiências vividas nessa época, é possível destacar que, durante Segunda Guerra Mundial, Hitler aproveitou a instituição “para mostrar a ascensão germânica e sua hegemonia sobre a Europa” (SUANO, 1986: 51).

Após a guerra, a reconstituição dos museus na Europa não era prioridade, enquanto nos Estados Unidos, o museu estava completamente inserido na sociedade, relacionando-se com a produção capitalista, cultural e universitária. (SUANO, 1986: 54)

O questionamento do espaço do museu volta a ser debatido nos anos 1960, quando a Europa reivindica novamente a democratização da cultura. Segundo Marlene Suano, temas como preservação do meio ambiente, vida cotidiana e ecologia estão nos holofotes dos museus, sem o ar de grandiosidade que havia nos séculos anteriores. (1986: 54)

Por conta das reivindicações pela democratização da cultura os museus começam a figurar como agente social ao refletir interesses da sociedade (SUANO, 1986: 55). Se o museu clássico possuía a postura de preservar e classificar, o “museu moderno busca estimular a criatividade e a inovação, com o intuito de se projetar como instituição de comunicação de massas, com função educativa e de difusão cultural” (CAZELLI et al. apud TUCHERMAN & CAVALCANTI, 2010: 8).

É importante ressaltar o papel das vanguardas do século XX para dar fim à estagnação do museu e renovar seu conceito. Surge, nesse contexto, a arte contemporânea, que exige o fim da contemplação. Além de novos temas, os museus passam a exigir uma nova postura do seu visitante. Sendo assim, a participação do público torna-se uma nova maneira de estar dentro do museu e relacionar-se com a exposição.

(...) na arte contemporânea há uma interação entre o espectador e a obra de tal forma que a obra e o espectador só vão existir a partir da relação que se estabelece (...) o observador nasce do encontro (com a obra) e supõem a participação. (PARENTE apud CAVALCANTI, 2011: 145)

No artigo “Museu: Dispositivo de Curiosidade”, as pesquisadoras da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Ieda Tucherman e Cecília Cavalcanti destacam os museus de ciências e tecnologia como espaços de difusão de informação foram possíveis a partir da tecnologia possibilitada com a maturidade da era da informação. Dessa maneira, as autoras enxergam na interatividade como um novo viés da

democratização do conhecimento incorporado pela instituição museu. (TUCHERMAN & CAVALCANTI, 2010: 11)

Os museus são locais privilegiados para uma análise sobre a construção de uma identidade social, as especificidades locais e as descobertas e utilização da ciência e da tecnologia. Imprescindível que, agora, a representação pressuponha a integração com as técnicas da interatividade, nos remetendo ao prazer da descoberta e ao encontro de novas percepções. (BACHELARD apud TUCHERMAN & CAVALCANTI, 2010: 8)

Para Marlene Suano, o caminho histórico do museu sai da necessária ligação com o passado e com a catalogação para passear por caminhos mais amplos e, por vezes, não tão concretos, como na arte contemporânea. As possibilidades são muitas, não excluem o passado, e caminham em direção ao futuro com ainda mais possibilidades tecnológicas. “O museu batalhou arduamente para deixar de ser um armazém de objetos e transformar-se em gerenciador de cultura” (SUANO, 1986: 74).

2.2 O Museu do Amanhã: um museu de grandes novidades

O Museu do Amanhã se destaca por possuir uma exposição permanente viável a partir das inovações e novas possibilidades que cercam a tecnologia para a difusão de informação dentro de um museu de ciências. Tal virada fez com que um museu deixasse de ser necessariamente contemplativo para conquistar novos espaços e características, como a do Museu do Amanhã:

um convite a examinar o passado, conhecer as transformações atuais e imaginar cenários possíveis para os 50 anos seguintes por meio de ambientes audiovisuais imersivos, instalações interativas e jogos.⁶

É importante ressaltar que o Museu do Amanhã não faz uso de acervo material em sua exposição. Ou seja, não há exposição de objetos, fósseis, artefatos, relíquias ou instrumentos, mas um acervo digital, com base em dados científicos. A viagem ao passado em busca de possibilidades para o futuro é feita na exposição principal, e permanente, do museu. Nela, o conhecimento e as possibilidades são passados ao público a partir da tecnologia e da interatividade proposta durante o percurso, fatores que iremos aprofundar posteriormente.

⁶ Breve Guia de Marca do Museu do Amanhã. Disponível em: <http://www.idg.org.br/wp-content/uploads/2015/06/Anexo-I-Breve-Guia-de-Marca-MdA.pdf>. Acesso em: 19/10/2016.

Antes de detalharmos a exposição do Museu da Amanhã, é indispensável compreender em que contexto e circunstância ele foi criado. Ele foi inaugurado no dia 17 de dezembro de 2015, recebendo primeiramente apenas convidados⁷.

Imagem 1: Museu do Amanhã



Foto: Beatriz Moura

O Museu do Amanhã está localizado no Pier Mauá, mais precisamente na Praça Mauá, zona portuária da cidade do Rio de Janeiro. O local foi revitalizado pelo projeto Porto Maravilha e teve o Museu do Amanhã como principal ícone de reaproximação da população à zona portuária. O objetivo do Porto Maravilha era, a partir de diversas iniciativas, a recuperação da região do porto do Rio ao remodelar a infraestrutura urbana, o transporte público e os patrimônios histórico e cultural da Região Portuária. A melhoria das condições habitacionais e a atração de novos moradores também foram pontos centrais da operação urbana feita pela Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (Cdurp) criada pela prefeitura da cidade.⁸

O museu faz parte da rede de museus da Secretaria Municipal de Cultura, sendo gerido pelo Instituto de Desenvolvimento de Gestão (IDG), organização social de cultura

⁷ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/12/1719040-apos-cinco-anos-de-obras-museu-do-amanha-sera-inaugurado-no-rio.shtml>. Acesso em: 19/10/2016.

⁸ Disponível em: <http://portomaravilha.com.br/portomaravilha>. Acesso em: 19/10/2016.

sem fins lucrativos vencedora da licitação promovida pela Prefeitura do Rio.⁹ Além disso, é iniciativa da Prefeitura do Rio de Janeiro, da Fundação Roberto Marinho, do Governo do Estado do Rio de Janeiro e do Governo Federal, além de ter o apoio do Ministério da Cultura por meio da Lei Rouanet¹⁰. A instituição conta ainda com o patrocínio do Banco Santander e da empresa Shell.

O funcionamento do Museu do Amanhã é de terça a domingo, das 10h às 18h, e o ingresso é vendido online por R\$20 no site do Museu do Amanhã, com meia entrada para casos específicos. As visitas são gratuitas às terças-feiras para todo o público.¹¹

Conhecido por sua grandiosidade, o prédio é assinado pelo arquiteto espanhol Santiago Calatrava¹², que se inspirou nas bromélias do Jardim Botânico para construir o edifício de formas orgânicas que parece flutuar na Baía de Guanabara. Além disso, ele foi projetado de forma a deixar visível e valorizar o conjunto histórico do qual faz parte. O museu ocupa 15 mil metros quadrados, cercado por espelhos d'água, jardim, ciclovia e área de lazer. Sua arquitetura carrega, ainda, diretrizes de sustentabilidade como parte do conteúdo do Museu do Amanhã.¹³

O teto é formado por grandes abas responsáveis pela captação de energia solar. Para isso, elas abrem e fecham de acordo com a intensidade do sol e servem como base para a colocação das placas fotovoltaicas, além de oferecer sombra aos visitantes. A água da Baía de Guanabara é captada pelo museu para abastecer os espelhos d'água e para o sistema de refrigeração, sendo devolvida mais limpa ao mar após a climatização. Com isso, espera-se que 9,6 milhões de litros de água sejam economizados por ano.¹⁴ Tais características estão ligadas à reflexão que o museu propõe: pensar sobre as consequências das ações do ser

⁹ Disponível em: <http://www.museudoamanha.org.br/pt-br/sobre-o-museu>. Acesso em: 19/10/2016.

¹⁰ “Sancionada em 1991, a Lei 8.313, conhecida como Lei Rouanet, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que estabelece as normativas de como o Governo Federal deve disponibilizar recursos para fomentar a cultura no Brasil. Para cumprir este objetivo, um dos mecanismos criados foi o ‘Incentivo a projetos culturais’, também chamado de ‘Incentivo fiscal’.” Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/incentivofiscal>. Acesso em: 19/10/2016.

¹¹ Ingressos e gratuidades. Disponível em: <https://museudoamanha.org.br/pt-br/ingressos-e-gratuidades>. Acesso em: 25/03/2016.

¹² “Calatrava foi um dos responsáveis pela revitalização do porto de Buenos Aires – é de sua autoria a Puente de la Mujer – e da cidade de Valência, com a Cidade das Artes e das Ciências, –, entre outros projetos de importância internacional. Em 2015, ele foi o vencedor do Prêmio Europeu de Arquitetura, concedido pelo Museu de Arquitetura e Design Chicago Athenaeum e pelo Centro Europeu de Arquitetura, Arte, Design e Estudos Urbanos.” Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

¹³ Disponível em: <http://www.museudoamanha.org.br/pt-br/sobre-o-museu>. Acesso em: 19/10/2016.

¹⁴ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

humano no planeta. Assim, a sua concepção física conversa de maneira concordante com os ideais defendidos pelo museu.

Nesse momento, é importante ressaltar o que a lei brasileira compreende como museu. Em 14 de janeiro de 2009 foi instituído o Estatuto dos Museus, por meio da Lei nº 11.904.

Art. 1º Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.¹⁵

Os museus, portanto, devem ser comprometidos com a preservação de bens culturais e ambientais, valorizando a sua função social e dignidade humana em busca da universalidade do acesso e aceitando a diversidade. “Os processos de comunicação museológica, se abertos, multidirecionais e participativos, são caminhos para o desenvolvimento da capacidade crítica e cognitiva dos indivíduos.”¹⁶ Isto é, a partir do contato com os museus, é possível ampliar as maneiras de perceber e estar no mundo.

No caso do Museu do Amanhã, seu Guia de Marca adota a definição de museu “como uma instituição aberta ao público e a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, por meio de experiências culturais, cívicas, políticas e éticas”¹⁷. A partir de tal proposta, ele é definido como um museu de ciência interativo que pretende explorar o passado e tendências do presente para projetar possibilidades para o futuro¹⁸.

Norteados por perguntas que acompanham desde sempre a humanidade – De onde viemos? Quem somos? Onde estamos? Para onde vamos? Como queremos ir? –, apoia-se em um conceito fundamental: o amanhã não é uma data no calendário, não é um destino final; ele é uma construção que começa hoje, agora. A partir das escolhas feitas no presente, desdobra-se uma gama de amanhã.¹⁹

¹⁵ Estatuto dos Museus. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11904.htm. Acesso em: 24/03/2017.

¹⁶ Museu e Turismo: Estratégia de Cooperação do Instituto Brasileiro de Museus. Disponível em: http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2013/12/Museus_e_Turismo.pdf. Acesso em: 23/03/2017.

¹⁷ Breve Guia de Marca do Museu do Amanhã. Disponível em: <http://www.idg.org.br/wp-content/uploads/2015/06/Anexo-I-Breve-Guia-de-Marca-MdA.pdf>. Acesso em: 19/10/2016.

¹⁸ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

¹⁹ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

Dessa forma, os visitantes são convidados a percorrer um caminho no qual os conteúdos do museu, sintetizados em mais de cinquenta experiências diferentes e distribuídas em cinco áreas, pretendem fazer com que as pessoas questionem sobre a humanidade. Todo o conteúdo está disponível em três idiomas: português, inglês e espanhol.

Para entender melhor a proposta do museu, os questionamentos e os conteúdos propostos pelo museu durante o percurso do visitante serão dispostos neste trabalho. Sendo assim, as informações do Livro do Museu do Amanhã, disponível online, são fundamentais para o projeto, complementando impressões das visitas com o conteúdo escrito pela equipe do museu sobre a exposição.

A entrada do Museu do Amanhã está ao fundo da Praça Mauá. Após a porta é possível ver duas escadas de acesso ao segundo andar, local da exposição principal. Entre elas fica a bancada para a retirada dos ingressos e do cartão interativo. No primeiro andar, ficam a loja, o guarda-volumes e o café.

O cartão interativo é chamado de Íris. Após subir para a exposição principal, em cada lateral há dois computadores para que os visitantes vinculem seu nome ao cartão. Ele é de uso pessoal e é definido no Livro do Museu do Amanhã como “uma interface que o ajuda a explorar o conteúdo ao longo da exposição principal do museu”²⁰. O cartão é utilizado em todas as atividades interativas do museu, ou seja, inicia vídeos e telas interativas. Além disso, reconhece o perfil da pessoa, sugerindo conteúdos ainda não vistos e registrando aqueles já acessados. Caso perca, o responsável pelo cartão deve desembolsar R\$21. A Íris é a grande condutora da interatividade do museu, que será explorada mais profundamente no próximo capítulo.

Por hora, vamos nos concentrar na exposição, que tem como ponto de partida a área chamada “Cosmos”. O visitante é convidado a entrar em uma instalação com formato de ovo, na qual uma projeção de 360 graus busca explorar os “13,7 bilhões de anos de existência do Cosmos, viajando entre aglomerados de galáxias e mergulhando em núcleos atômicos, presenciando a formação do Sistema Solar, o surgimento da vida e do pensamento, simbolizado pela arte”²¹.

²⁰ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf . Acesso em: 19/10/2016.

²¹ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf . Acesso em: 19/10/2016.

Durante os 12 minutos de filme, que é possível assistir em pé ou deitado no chão, a projeção percorre galáxias, átomos e o interior do Sol para, então, mostrar a formação da Terra, o desenvolvimento da vida e do pensamento. Imagens do fundo do mar, com tartarugas gigantes, tubarões e seres aquáticos fazem da experiência uma imersão.

Imagem 2: “Cosmos”



Foto: Beatriz Moura

Nessa atração, a tecnologia impressiona os visitantes com a boa qualidade do filme e a grandiosidade do planeta. Segundo o coordenador de pesquisa e engajamento de público do Museu do Amanhã, Dino Siwek, em entrevista para a autora deste trabalho, a experiência do “Cosmos” é a mais impactante. “Você sai do seu dia a dia e passa por uma experiência totalmente nova. Acho que ela é impactante, é poética. A partir disso, você já entra no museu com outra condição.”²²

A pergunta “de onde viemos?” é o cerne da primeira etapa do museu. Por isso, após o filme, há seis computadores espalhados no museu com um lado interativo e o outro com pequeno texto sobre algum aspecto do Cosmos: velocidades, direções, distâncias, densidades, conhecimento e cosmologia. É o primeiro contato do público com os computadores interativos do museu que estão espalhados por toda a exposição.

²² Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

A próxima área é, certamente, a maior do museu: “Terra”. “Aqui, o público conhece mais sobre o funcionamento do planeta, a biodiversidade, as relações entre as espécies e o desenvolvimento da cultura e do pensamento humanos.”²³ Assim é descrita segunda parte da exposição, que busca responder à pergunta “onde estamos?”.

Ela é dividida em três dimensões da existência: “Matéria”, “Vida” e “Pensamento”. Cada uma possui um cubo três sete metros de largura por sete metros de altura²⁴, além de telas interativas antes e depois. Os computadores anteriores às instalações possuem dois vídeos, cada um com dois especialistas diferentes (físicos, matemáticos etc), falando sobre o tema, além de um painel com ilustração e resumo sobre o mesmo assunto. Os posteriores são computadores com informações extras sobre o mesmo tópico.

O primeiro cubo, o da “Matéria”, é revestido por mais de 300 fotos²⁵ de belas paisagens vistas de cima, que dialogam com aspectos do nosso planeta. Na face onde está escrito “A Terra é Azul”, as imagens têm a predominância dessa cor e as fotos como oceanos, rios e praias são uma atração à parte. As imagens estão “sob o ângulo que o astronauta russo Yuri Gagarin apresentou pela primeira vez [...] o planeta visto por inteiro, como um astro único e finito”²⁶. Gagarin é citado em dos vídeos antes da entrada no cubo, e a instalação dialoga com esse marco.

No interior está a escultura cinética chamada “Fluxos”, do artista americano Daniel Wurtzel. Ela consiste no movimento cadenciado dos tecidos que representa o “movimento lento das placas tectônicas, o ritmo mais ágil dos mares, o movimento rápido dos ares da atmosfera e a enorme velocidade da luz do sol”²⁷. Os tecidos soltos simbolizam que o movimento é a base da existência da vida, o grande tema dessa parte da exposição.

²³ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

²⁴ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

²⁵ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

²⁶ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

²⁷ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

Imagem 3: Cubo “Matéria” e cubo “Vida”



Foto: Beatriz Moura

A instalação intitulada “Vida”, próxima parte da exposição, é revestida em seu interior por imagens circulares de diferentes espécies de animais e plantas. Na parte superior das paredes, as imagens são substituídas por diferentes vídeos, que juntos formam a frase “Somos 7 bilhões de ecossistemas”. A parte interativa engloba sete vídeos, cada um sobre um ecossistema, que precisam da Íris para ser iniciado. Além disso, há quatro telas, nas quais o visitante escolhe ecossistemas e conhece as espécies que os habitam, qual aparência, habitat e situação no Brasil.

No último cubo da área “Terra”, chamado “Pensamento”, a “atividade cerebral ganha forma visual em painéis de luz que mostram neurônios formando conexões, pulsando e processando estímulos”²⁸. O cérebro é apresentado como órgão mais complexo do corpo humano e é destacado no computador anterior à instalação. Dentro, a diversidade de culturas que emerge do pensamento humano é explorada em um labirinto de colunas, com mais de mil imagens²⁹. Elas retratam a maneira como diferentes culturas celebram, habitam, amam, se comunicam, se alimentam, produzem, têm conflitos e habitam o mundo.

²⁸ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf . Acesso em: 19/10/2016.

²⁹ Livro do Museu do Amanhã.. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf . Acesso em: 19/10/2016.

Imagem 4: Cubo “Pensamento”



Foto: Beatriz Moura

Após o cubo “Pensamento”, começa a terceira área do museu, chamada de “Antropoceno”. A partir da pergunta “onde estamos?” o museu situa o ser humano no mundo. Ou seja, como vivemos hoje e como o planeta foi modificado pelas ações do homem. Para entender essa questão, os visitantes entram em uma instalação diferente das que vieram anteriormente.

Em seis totens com 10 metros de altura e três de largura – dispostos em círculo numa instalação que faz alusão ao monumento Stonehenge, na Inglaterra – o filme exhibe, com grande impacto visual, a aceleração da atividade humana na Terra e suas consequências hoje.³⁰

Imagens e dados de instituições científicas retratam a situação do planeta após ações do homem, como a partir da exploração do petróleo, produção de lixo, avanços tecnológicos, telecomunicações, entre outras. Atrás de duas estruturas do lado direito, totens apresentam vídeos sobre a aceleração das máquinas, do progresso e da produção e ações de governos e sociedade que buscam reverter os danos. Enquanto, do lado esquerdo, totens com conteúdos interativos mostram as consequências da expansão humana e seu impacto global.

³⁰ Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

Imagem 5: “Antropoceno”



Foto: Beatriz Moura

A quarta etapa do museu, “Amanhãs”, apresenta as tendências para os próximos anos e os cenários possíveis para que os visitantes se questionem sobre “para onde vamos?”. Essa parte da exposição se desdobra em uma estrutura de origami, dividida em três setores: “Planeta”, “Sociedade” e “Humano”. Em todos eles, jogos em computadores questionam os visitantes sobre seus hábitos de consumo e sustentabilidade. Vídeos com estudiosos e consultores do museu abordam tendências para as próximas décadas, que visam diminuir o impacto negativo das ações do ser humano no planeta.

A penúltima área busca fazer com que os visitantes reflitam sobre o futuro do mundo, logo após terem visto a situação atual do planeta em números, na parte do “Antropoceno”:

Recursos audiovisuais que mostram tendências e cenários se alternam com atividades interativas que situam o visitante no mundo, como agente e parte da construção de futuro. As simulações e projeções são baseadas em estudos e dados divulgados por instituições científicas.³¹

³¹ Livro do Museu do Amanhã.. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf . Acesso em: 19/10/2016.

Imagem 6: “Amanhãs”



Foto: Beatriz Moura

O quinto e último espaço do museu, o “Nós”, dedica-se à pergunta “como queremos ir?”. A menor de todas as áreas do museu, ela é um ambiente circular inspirado em uma oca “onde os mais velhos contam aos mais jovens os conhecimentos que fundamentam a cultura”³². A ideia é estabelecer uma ligação entre o passado e o futuro, sem deixar de lado o presente, que logo depois ganha destaque com a imagem da Baía de Guanabara, que encerra a visita.

Segundo Siwek, certamente o caminho percorrido e os questionamentos propostos pela exposição impactam as pessoas. Por outro lado, ele afirma que o museu ainda busca entender se o engajamento apresentado dentro da instituição pelos visitantes se transforma em ação:

Falamos muito que o amanhã é hoje e hoje é o lugar da ação. Esse é de alguma forma o nosso slogan. Então, a gente sabe que o museu funciona muito bem para impactar as pessoas. No entanto, o que elas vão fazer das suas vidas a partir daqui a gente ainda não sabe, mas é uma questão importante para gente.³³

O Museu do Amanhã traça um percurso por cinco áreas buscando instigar nos visitantes reflexões sobre o futuro. Se antes os museus eram os locais de celebração do

³² Livro do Museu do Amanhã. Disponível em: http://museudoamanha.org.br/sites/default/files/Mda_BookConteudo_jan2016.pdf. Acesso em: 19/10/2016.

³³ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

passado e das coleções, o museu estudado neste trabalho mostra as novas possibilidades dessa instituição atualmente. O olhar para o passado e para o presente está na exposição para vislumbrar o amanhã.

Imagem 7: “Nós”

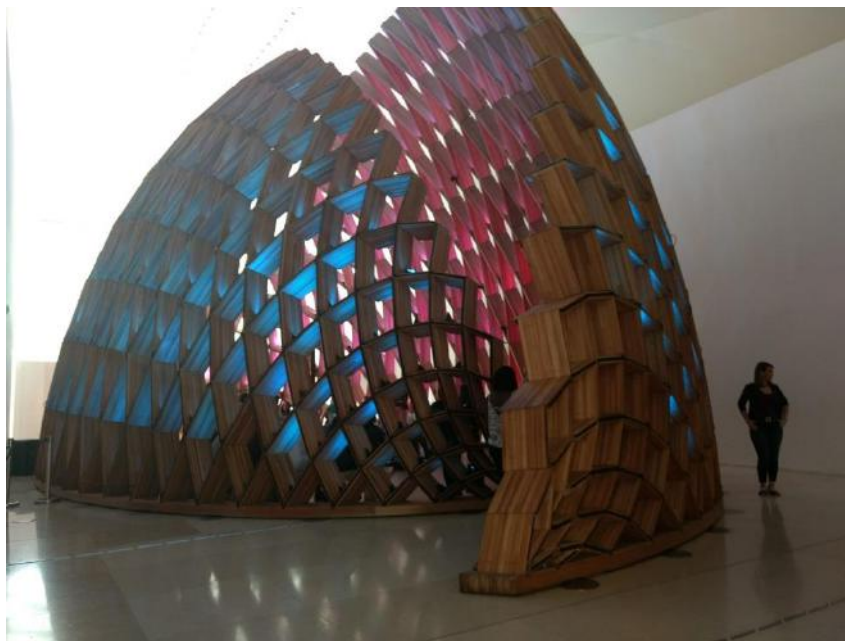


Foto: Beatriz Moura

3. Interatividade: a participação dentro do museu

Como foi apresentado anteriormente, o museu ganhou uma postura relacional com o seu público. A tecnologia teve papel importante nessa mudança, pois possibilitou a entrada de computadores e outros dispositivos e, portanto, maior interação dos visitantes com o conteúdo do museu. Sendo assim, a comunicação do museu com seu público foi modificada. Se antes objetos históricos, artísticos e científicos eram a principal atração e maneira de passar ao visitante o conhecimento, agora a tecnologia permite uma relação mais próxima.

A interatividade mostra-se como uma característica importante do Museu do Amanhã. Por isso, após entender como o conceito de interatividade surge e como chega ao espaço do museu, apresentamos de que maneira ela está presente no objeto de estudo. Com isso, é possível perceber melhor como o visitante se relaciona com o museu e seu conteúdo.

3.1. A comunicação através da interatividade

Seja em qualquer tipo de museu, do de coleção ao interativo, a exposição de um objeto pressupõe um diálogo com o público. É necessário comunicar algo ao visitante, além de instigá-lo a pensar sobre o conteúdo apresentado. No caso de um museu de ciências, como o Museu do Amanhã, a divulgação e a compreensão de elementos científicos é de suma importância para os visitantes. Ou seja, há um contexto comunicacional e informacional presente na museologia.

Em perspectiva sistêmica, a exposição configura-se como meio de comunicação cuja finalidade envolve objetivos sociopolíticos, culturais, científicos ou mesmo de entretenimento. Igualmente, a exposição conjuga-se como sistema de informação, na medida em que sua mensagem visa informar contextualmente determinado tema para públicos variados de interesses, estimulando associação de ideias e assimilação de conteúdos. (CASTRO, 2007: 129)

Tendo em mente a concepção do objeto deste trabalho e sua classificação como museu de ciências interativo, o Museu do Amanhã constrói uma relação com o visitante por meio dos aparatos interativos de sua exposição. Tais computadores foram criados e programados para passar uma mensagem específica relacionada com o local da exposição em que está.

Segundo o filósofo, sociólogo e pesquisador em ciência da informação Pierre Lévy, em seu livro “Cibercultura”, a interatividade ressalta a participação ativa do público, que

será beneficiado com a transmissão de informação (1999: 79). Para o autor, o receptor de informação nunca é passivo, já que “decodifica, interpreta, participa e mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho” (LÉVY, 1999: 79). No entanto, ele considera importante avaliar o grau de interatividade do produto a partir da possibilidade de reapropriação e de recombinação material da mensagem pelo receptor. (LÉVY, 1999: 79-82)

Já o teórico da comunicação Marshall McLuhan, no livro “Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem”, publicado em 1964, apontava diferentes tipos de intervenções do público nos meios de comunicação de massa. Para isso, classificou tais meios entre quentes e frios. Enquanto os quentes permitiam pouca intervenção do público, os frios necessitavam de maior atenção e participação do receptor. O autor definiu como meio quente, o rádio e o cinema, já como frio, o telefone e a televisão, por exemplo.

Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em ‘alta definição’. Alta definição se refere a um estado de alta saturação de dados. Visualmente, uma fotografia se distingue pela “alta definição”. Já uma caricatura ou um desenho animado são de “baixa definição”, pois fornecem pouca informação visual. [...] De outro lado, os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência. Segue-se naturalmente que um meio quente como o rádio, e um meio frio, como o telefone, têm efeitos bem diferentes sobre seus usuários. (MCLUHAN, 1964: 37)

Para McLuhan, um meio frio dava maior possibilidade de intervenção do que um quente, por precisar do envolvimento das pessoas. No entanto, a intervenção do público em meios frios, como a televisão, estava pautada apenas na possibilidade de escolha entre os canais disponíveis e também na interpretação da mensagem, na qual o receptor poderia expressar opiniões e reações sobre o que foi mostrado.

O sociólogo Marco Silva defende que a participação do público, ou seja, do receptor da mensagem a partir da interatividade tem “implicações paradigmáticas na teoria da comunicação”, como previu a francesa Marie Marchand, citada por Silva. O esquema clássico mencionado é a fundamentação teórica da comunicação que se resume no trio emissão-mensagem-recepção. (SILVA, 2000: 2)

O pesquisador explica que “na teoria clássica um conteúdo informacional é uno e indivisível porque é fundado na performance da emissão e na transmissão sem distorções” (SILVA, 2000: 2). Ainda segundo o autor, a interatividade faz com que o emissor não transmita uma resposta fechada, o que abre possibilidades e faz com que o receptor não esteja em sua posição clássica.

Trata-se, portanto, de verificar o que muda no estatuto do receptor; o que muda para ele em termos de participação-intervenção; o que muda quando a mensagem muda de natureza e o emissor muda de papel. Ao mesmo tempo, é preciso enfatizar que tal mudança supõe redefinição de estratégias de organização e funcionamento dos media de massa e de todos os agentes do processo de comunicação. (SILVA, 2000: 1)

No dicionário Michaelis online, a palavra interatividade significa: “1) Qualidade de interativo. 2) Sistema de comunicação que possibilita a interação.”³⁴ No entanto, não há uma conceituação unânime nos campos de pesquisa, como veremos a seguir.

Segundo Silva, o conceito de interatividade é recente, surgido entre os anos 1970 e início da década de 80, no contexto das novas tecnologias de informação. “Um dado que permite esta afirmação é a ausência do termo nos dicionários de informática até meados dos anos 80”, quando a palavra também passou a ter maior relevância na comunicação com os primeiros estudos.³⁵

A pesquisadora de comunicação e informação Suely Fragoso afirma que a palavra interatividade é derivada do neologismo inglês *interactivity*, que denominava uma qualidade específica da chamada computação interativa (*computing*). Segundo Fragoso, a interatividade nasceu após teleimpressoras e máquinas de escrever tornarem-se unidades de entrada e saída de dados de sistemas computacionais. (2001: 3)

Nessa época, a palavra batizava o que os pesquisadores da área de informática entendiam como uma nova qualidade da computação interativa, presumindo a incorporação de dispositivos como o teclado e o monitor de vídeo como unidades de entrada e saída dos sistemas computacionais. (MONTEZ & BECKER, 2005: 32).

No entanto, ainda segundo Fragoso, a denominação ficou insuficiente ao não classificar inteiramente a nova relação usuário-computador, já que, em certo aspecto, a computação já era interativa através da perfuração de cartões e controladores elétricos. “Tudo indica que foi justamente para enfatizar essa diferença qualitativa que surgiu a expressão 'interatividade'.” (FRAGOSO, 2001: 3)

Para a autora, ocorre uma confusão entre as palavras interativo e interatividade, já que o fato de alguns meios, processos e produtos midiáticos serem dotados de interatividade, não faz com que os demais sejam classificados como não-interativos. Ou seja, nem tudo que é classificado pela modalidade de interação é denominado como

³⁴ Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=interatividade>. Acesso em: 20/04/2017.

³⁵ SILVA, Marco. “O que é Interatividade.” Boletim Técnico do SENAC, vol. 24, n. 2, pp. 27-35, maio/ago. 1998. Disponível em: <<http://www.senac.br/BTS/242/boltec242d.htm>>. Acesso em: 13/10/2016.

interatividade, porém é “interativo qualquer processo em que dois ou mais agentes interagem”. (FRAGOSO, 2001: 3)

Assim, por exemplo, decorre da interatividade dos DVDs que eles sejam chamados interativos. Como o fato de serem interativos se deve à sua capacidade de promover modos de interação com o espectador ou usuário impossíveis de serem estabelecidos com um programa da televisão aberta, depreende-se (erroneamente) que esses últimos sejam, por oposição, 'não interativos'. Uma vez que o adjetivo interativo é também qualificador de interação em seu sentido amplo [...] conclui-se (falsamente) que a televisão aberta, não-interativa, não permite ou promove qualquer tipo de interação. (FRAGOSO, 2001: 4)

Os pesquisadores da área de comunicação e tecnologia Carlos Montez e Valdecir Becker afirmam que o uso da palavra interatividade, nos dias de hoje, é intenso e variado. O adjetivo é “utilizado para qualificar qualquer coisa ou objeto cujo funcionamento permite ao seu usuário algum nível de participação, suposta participação, ou troca de ações”. (PALACIOS apud MONTEZ & BECKER, 2005: 30)

Os autores seguem a mesma linha de Suely Fragoso e acreditam que interatividade e interação não são palavras com o mesmo significado. Para eles, “a interação pode ocorrer diretamente entre dois ou mais entes atuantes”, enquanto a interatividade é necessariamente “intermediada por um meio eletrônico (usualmente um computador)”. (MONTEZ & BECKER, 2005: 32)

Ou seja, mesmo com as diferenças de conceituação para a palavra interatividade, os autores citados acreditam que esse conceito não está associado a uma simples troca. A interatividade, então, trataria de algo mais complexo, visto que é necessária a troca entre usuário e computador/meio eletrônico com um nível de participação que permita intervenções.

Levando em consideração tal afirmação, o conceito de interatividade não estaria tão presente em nossas vidas quanto parece. Muitas vezes, o emissor, seja o computador ou a televisão interativa, não recebe retornos para realizar mudanças e recriar o que está posto. Isso porque, “a comunicação como troca simbólica cai em um monopólio onde o polo emissor se torna hegemônico prejudicando as trocas comunicativas e a plena capacidade de resposta” (PRIMO, 2000: 6).

Para o pesquisador de comunicação e informação Alex Primo, a diferenciação entre interação e interatividade é uma cilada, por isso prefere diferenciar qualitativamente os tipos de interação. (PRIMO, 2007:13)

Machado (1990), discutindo Raymond Williams, aponta para a necessidade de se distinguir os sistemas interativos daqueles meramente reativos. Um sistema interativo deveria dar total autonomia ao espectador (parece que esse não seria o melhor termo para ser usado no caso da televisão interativa), enquanto os sistemas reativos trabalhariam com uma gama pré-determinada de escolhas (PRIMO, 2000: 6).

A problematização passa pelo fato de a interatividade precisar de um diálogo entre aqueles que a fazem, sem restrição quanto às respostas que possam ser planejadas anteriormente. Com isso, ao seguir o pensamento de Raymond Williams, Alex Primo constata que a relação reativa deve ser diferenciada da interação ativa por ser determinista e também por ser cercada e roteirizada quanto as suas reações, sem espaço para co-criações.

Já para Fischer, interação, relação e comunicação seriam sinônimos. Sendo assim, a relação reativa seria, sim, um tipo de interação (FISCHER apud PRIMO, 2000: 7). Por outro lado, Primo não vê com bons olhos que os sistemas reativos se tornem o exemplo fundamental de interação devido às limitações que são impostas em sua relação.

Tais conceituações sobre interatividade e classificações sobre as interações ajudam a entender melhor como a interatividade é utilizada para comunicar algo ao receptor. A partir disso, em sua tese de doutorado, Cecília Cavalcanti afirma que o objetivo da interatividade no espaço do museu é de que o indivíduo afete e seja afetado num sistema de comunicação que se entrelaça entre essas ações. “A proposta agora é da interatividade pela experimentação, com o objetivo claro de democratizar (ou globalizar) o conhecimento” (CAVALCANTI, 2011: 158).

É importante entender como a interatividade adentra o espaço do museu. A criação do *Exploratorium*, em São Francisco, nos Estados Unidos é um marco na museografia. O principal objetivo do museu, criado pelo físico Frank Oppenheimer (1912-1985), em 1969, era fazer com que as pessoas fizessem parte do experimento para conhecer o processo da ciência de maneira mais informal e interativa. (CAVALCANTI, 2011: 158)

Nesta nova filosofia de museu, o público passa a ter a possibilidade de trabalhar não o produto final da ciência, mas o processo de produção científica, ou a memória da produção de uma determinada descoberta científica. (CAVALCANTI, 2011: 158)

Sendo assim, a interatividade como método expositivo estaria diretamente ligada aos museus de ciência na busca de soluções para exposições, tendo como papel “relacionar os objetos com os fenômenos e, principalmente com a vida cotidiana de todo e qualquer

tempo e lugar” (CAVALCANTI, 2011: 157). Foram tais museus que mudaram radicalmente a relação com o seu público:

Do lema *proibido tocar* se tem passado para o lema *proibido não tocar*; do conceito de *vitrine* se evoluiu para a ideia de experimento; de contar com o sentido da visão como única via de percepção, se passa a contar com a (quase) totalidade dos sentidos. (WAGENSBERG apud CAVALCANTI, 2011: 158)

Cavalcanti destaca que a criação do *Exploratorium* só foi possível com a ciência mecânica promovendo uma ruptura com a exposição contemplativa para que, então, o público pudesse se relacionar com a máquina num processo comunicacional. Dessa maneira, acontece a quebra do paradigma da linguagem museográfica. (CAVALCANTI, 2011: 39) O museu passa a propor novas maneiras de aprendizagem dentro de suas paredes e alteram a sua relação com o público ao buscar maior participação com o visitante.

É interessante destacar que a participação do público pode interferir de diversas maneiras nos objetos interativos computadorizados para, através de um novo tipo de linguagem, comunicar a mensagem proposta pelo museu. Logo, a partir da base criada nesse subcapítulo, caminharemos para a análise das peças interativas no objeto de estudo deste trabalho.

3.2. A interatividade presente no Museu do Amanhã

Após destrincharmos conceitos e características, é importante detalhar como a interatividade se faz presente no Museu do Amanhã. Ou seja, para entender as maneiras como o público se relaciona com o museu, é necessário perceber qual a participação do visitante, a partir dos objetos interativos da exposição, para receber as informações propostas.

Nesse contexto, é interessante notar que a exposição não é feita apenas por objetos interativos. Há, nas paredes que a cercam, nas instalações e estruturas, textos explicativos. No entanto, esses conteúdos não se encaixam no em uma das características da interatividade: a interferência do receptor na mensagem. Como vimos anteriormente, não há uma única definição para interatividade, porém a ação que desencadeia algum tipo de reação é parte integrante da conceituação dos autores apresentados.

No trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Natassja Menezes discute o *boom* de museus interativos na cidade do Rio de Janeiro, sendo um dos museus destacados o objeto deste estudo. Para ela, a estrutura

multimídia dos museus interativos se aproxima à linguagem da internet ao propor “experiências individualizadas, que exigem participação e que proporcionam diferentes leituras e camadas” do conteúdo. (MENEZES, 2011: 26)

Para Siwek, coordenador de pesquisa e engajamento de público, a interatividade é importante para que o visitante fique mais à vontade dentro do museu “ao estimular a fazer sozinho, a mexer nas coisas, a navegar. Talvez ela possibilite um conforto um pouco maior com o espaço do que quando a gente pensa num museu como aquele cubo branco clássico da arte”.³⁶ Sendo assim, a interatividade possibilita que cada pessoa conheça conteúdos diferentes da exposição, além de ajudar no engajamento do público ao estabelecer um elo mais próximo entre o museu e o visitante.

A experiência individualizada começa no Museu do Amanhã pelo fato de cada visitante ter o próprio cartão interativo, a Íris, e navegar pelos computadores ao escolher os caminhos para descobrir os conteúdos, que são propostos por vídeos, fotos e textos, assim como ocorre na internet. Tais características são importantes para promover a aproximação do público a partir da participação dentro do próprio museu.

É importante estabelecer que a maioria das interações do público são realizadas através de computadores, que estão dispostos em todas as áreas da exposição, mas com conteúdos diferentes para cada tema. Para acessá-los é preciso utilizar o cartão interativo, a Íris, que grava os computadores acessados pelo visitante portador do cartão e coloca o conteúdo na língua cadastrada pelo mesmo.

Ao lado esquerdo da tela, ficam os tópicos que podem ser explorados naquele computador e, no canto superior do mesmo lado, está o nome do setor. Ao escolher um dos tópicos, o conteúdo é apresentado textualmente no centro da tela. A partir disso, a navegação pode se dar de diferentes formas. É possível terminar de ler o texto escolhido, clicar em palavras grifadas no texto para ver a explicação, seguir para o próximo conteúdo daquele eixo (clicando na seta ao lado direito) ou escolher outro tópico do lado esquerdo.

A navegação é intuitiva, já que a tela é sensível ao toque, assim como tablets e telefones móveis que existem hoje em dia. Para exemplificar melhor como funciona o computador e como o usuário opta por quais informações quer navegar, usaremos como exemplo o computador que fica após o cubo “Pensamento”, terceiro e último da área “Terra”.

³⁶ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

Após a identificação do cartão interativo, as primeiras opções possíveis são “O cérebro humano”, “Criador de realidade” e “Além do cérebro”, dispostas ao lado esquerdo da tela. O visitante seleciona com um toque qual deseja. Ao escolher qualquer uma delas há um texto corrido explicando o tema. No caso do tópico “O cérebro humano”, é possível seguir nesse assunto selecionando outros temas oriundos deste, como “Como funciona”, “Neurônios” e “Hemiférios”. É importante ressaltar que os títulos de todos os tópicos ficam ao lado esquerdo da tela, embaixo do título do tópico principal.

Já no tópico “Criador da realidade”, as expressões “percepção da realidade” e “ilusões de ótica” estão sublinhas e são clicáveis. Ao escolher uma delas, uma nova página é aberta em cima da anterior explicando tal expressão. Essa é uma das características do hipertexto:

A abordagem mais simples do hipertexto que, insisto, não exclui nem os sons nem as imagens, é a de descrevê-la, por oposição a um texto linear, como um texto estruturado em rede. O hipertexto seria constituído de nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequências musicais etc.) e de ligações entre esses nós (referências, notas, indicadores, “botões” que efetuam a passagem de um nó a outro). (LÉVY, 1996: 26)

Imagem 8: Computador área “Pensamento”

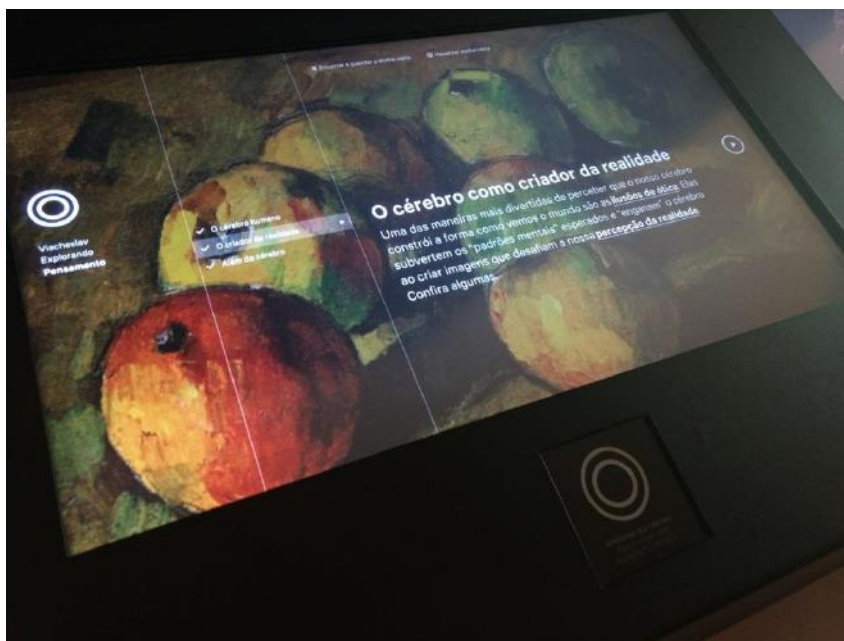


Foto: Beatriz Moura

O hipertexto, então, amplia as possibilidades da leitura do texto a partir de ligações entre informações (seja parágrafo, imagem etc) no suporte digital. No entanto, segundo

Lévy, a leitura da enciclopédia clássica já era hipertextual. (LÉVY, 1996: 26) Ou seja, era possível encontrar significados de palavras escritas na enciclopédia dentro dela mesma. Outro exemplo de hipetexto possível, sem o ambiente digital, são as referências no texto deste trabalho. As palavras e expressões destacadas com um número em cima realizam uma ligação com as informações, que possuem o mesmo número, escritas no rodapé.

Segundo Lévy, a grande mudança do hipertexto no suporte digital foi o fato de que a passagem de um nó a outro passa a ser realizada com rapidez, além da associação, na mesma mídia, de informações multimodais a partir de uma navegação intuitiva (LÉVY, 1996: 26). Por exemplo, agora, com um clique é possível acessar o hipertexto, sem folhear páginas e páginas procurando o termo, como na enciclopédia.

É importante destacar que essas características do hipertexto estão presentes nos computadores do Museu do Amanhã, uma vez que o visitante tem a liberdade de escolher entre diversos caminhos e criar seu próprio itinerário, como foi descrito no último exemplo. Nesse sentido, Pierre Lévy também caracteriza o hipertexto pela importância do leitor, que no caso do Museu do Amanhã é o visitante, participar da estruturação do texto e até se transformar em produtor:

os leitores podem não apenas modificar as ligações mas igualmente acrescentar ou modificar nós (textos, imagens etc.), conectar um hiperdocumento a outro e fazer assim de dois hipertextos separando um único documento, ou traçar ligações hipertextuais entre uma série de documentos. (LÉVY, 1996: 27)

É importante notar que as informações dos computadores do objeto deste estudo não podem ser alteradas pelos visitantes. Portanto, é possível afirmar que os caminhos possibilitados pelos hipertextos e assuntos de cada computador podem ser realizados em diferentes ordens, de acordo com a escolha do visitante, mas os conteúdos são finitos, já que o receptor não pode realizar modificações.

Além dos conteúdos hipertextuais apresentados em forma de textos, animações e fotos, há computadores do Museu do Amanhã também utilizados para passar informações por vídeos, e outros a partir de jogos interativos.

Combinadas aos sistemas hipertextuais, as tecnologias digitais representam para o museu uma transformação essencial, epistemológica e heurística. Por um lado, elas possibilitam o uso intensivo de acervo audiovisuais, de forma a criar uma nova pedagogia dos espaços museológicos, uma nova dinâmica para estes espaços. Por outro lado, elas permitem estendê-las de forma considerável, pois as articulações hipertextuais são espaços de informações praticamente ilimitados materialmente. (ANDRADE & LESSA apud MENEZES, 2011: 26)

Os jogos interativos são introduzidos na penúltima área da exposição, “Amanhãs”. Trata-se de mais uma maneira de utilizar a tecnologia e a interatividade para aproximar o visitante ao museu, além de mostrar o conteúdo de uma maneira não vista até então. Ao todo, o Museu do Amanhã conta com três jogos: “jogo da pegada ecológica”, “jogo das civilizações” e “jogo humano do amanhã”.

Dentre eles, os dois primeiros possuem a característica de buscar entender a relação do visitante com a sociedade e o planeta. O “jogo da pegada ecológica” é um teste que mede como o modo de consumo da pessoa pode impactar o meio ambiente e como é possível diminuir esse impacto. Para isso, o visitante responde a diversas perguntas sobre o seu modo de vida, como quanto consome de energia elétrica, se utiliza transporte público etc. A partir das respostas, o computador calcula o impacto, ou seja, o resultado do jogador.

Já o “jogo humano do amanhã” questiona o visitante sobre como ele reagiria às futuras inovações, como a possibilidade de viver em outro planeta. A partir das respostas, o computador define o visitante como um tipo dentre 16 personagens possíveis. É interessante lembrar que a porcentagem de cada personagem fica em uma tela, assim é possível ver qual é o mais comum no jogo.

Além da interatividade possibilitada pela resposta do visitante às perguntas dos jogos, o “jogo humano do amanhã” se diferencia do “jogo da pegada ecológica” pelo fato de as perguntas não seguirem uma ordem pré-programada. Portanto, a partir das respostas do usuário, o sistema opta pela próxima pergunta, o que quebra a linearidade da interatividade.

Utilizando os estudos de Alex Primo sobre os tipos de interações possíveis entre usuário e computador, é possível indicar o “jogo humano do amanhã” como sendo menos reativo do que o outro citado. Pois, segundo o autor, a interatividade deve ser diferenciada qualitativamente. (PRIMO, 2007: 13)

Quanto à relação, a interação mútua se vale da construção negociada, enquanto ela é causal na interação reativa. Por operar através de ação e reação, os sistemas reativos pressupõem a sucessão temporal de dois processos, onde um é causado pelo outro. Esse vínculo subentende uma causa e um efeito. (PRIMO, 2000: 7)

Enquanto isso, o “jogo das civilizações” explora como o visitante pode tornar a civilização mais sustentável futuramente. Para isso, ele deve investir recursos para acabar com a extinção de espécies ou promover fontes de energia sustentável. Quatro pessoas

devem jogar ao mesmo tempo, cada uma em um computador e com temas diferentes: biodiversidade, clima, população e cidades. Nesse caso, os jogadores formam um time de investidores e, ao final, o resultado é dado em conjunto.

Outra maneira de apresentar os conteúdos sobre ciência é através dos vídeos. Eles estão presentes durante o percurso, nas áreas “Terra”, “Antropoceno” e “Amanhãs”. Alguns são compostos por dois especialistas falando sobre um assunto importante (a cerca daquela parte da exposição), já outros são feitos a partir de imagens computadorizadas e narração para explicar algum conteúdo.

Imagem 9: Bancada cubo “Matéria”



Foto: Beatriz Moura

Por exemplo, antes do primeiro cubo de “Terra”, chamado “Matéria”, há uma grande bancada com textos e figuras que explicam sobre a composição da terra e do corpo humano. Do lado esquerdo, há um vídeo animado, desenvolvido no computador, com narração que aborda pontos sobre o processo originário da Terra e o surgimento da vida. Enquanto ao lado direito da bancada, o vídeo é composto por dois especialistas explicando algumas características da Terra. Com fundo branco e sentado em uma cadeira, o físico Luís Alberto Oliveira comenta sobre a complexidade da Terra. Após a sua fala, é a vez do meteorologista Gilvan Sampaio de Oliveira explicar, nas mesmas condições de filmagem, o clima e as mudanças climáticas da Terra.

Nesse caso, não há intervenção do público no conteúdo, o que inviabiliza a interatividade. O usuário apenas utiliza o cartão interativo, a Íris, para iniciar o vídeo no idioma escolhido pelo usuário do cartão. No entanto, analisando os estudos de Pierre Lévy (1999: 79-82), por exemplo, que considera que a interatividade possa ter diferentes graus, o vídeo teria um grau inferior, visto que as duas únicas ações possíveis do visitante são retornar ao início ou parar de assistir.

Ainda sobre os vídeos presentes no museu, há um diferente: o “Portal Cósmico”, localizado na área “Cosmos”, é um vídeo projetado em 360° com uma experiência imersiva sobre a origem do cosmos. É um passeio virtual pelo surgimento das galáxias, formação da Terra e o surgimento da vida. É importante notar que nessa parte da exposição, o visitante não interfere no conteúdo apresentado, porém há uma recriação do ambiente no qual ele se encontra.

No artigo, “Aprendizagem em Museus com uso de Tecnologias Digitais e Realidade Virtual” os autores Vania Marins, Cristina Haguenaue, Gerson Cunha e Francisco Cordeiro Filho buscam maneiras para promover a aprendizagem, a partir do acervo do Museu Nacional. Utilizando tecnologias, eles percebem nesse tipo de conteúdo a potencialidade da sensação de realidade a partir da interação, da imersão e da navegação.

A potencialidade do uso de Realidade Virtual nos museus está baseada exatamente nestas características, pelo fato de permitir que o visitante explore ambientes, processos ou objetos e experimente o conhecimento de forma interativa, aprendendo a partir de sua imersão no próprio contexto deste assunto. (MARINS et al., 2010: 8)

É importante destacar que, segundo os autores, o uso da realidade virtual permite a realização de simulações e interações com os objetos das coleções dos museus que não poderiam estar presentes por “questões de tempo, localização, segurança ou custo” (MARINS et al., 2010: 7). O vídeo apresentado no Museu do Amanhã possibilita a simulação de diversos ambientes, como o fundo do mar e a formação do sistema solar. No entanto, não há interação física como acontece em videogames com a realidade virtual, por exemplo, ou mudança passível de ser feita pelo público durante a apresentação do filme. Sendo assim, se o visitante for novamente ao museu, encontrará o mesmo vídeo.

Dentre os tipos de interações citadas entre o visitante o conteúdo do Museu do Amanhã é possível destacar o fato de o público não conseguir realizar alterações em nenhuma delas. Essa via de mão-dupla é uma característica da interatividade e poderia estar mais presente nessa exposição, por exemplo, em experimentos científicos ou em

instalações. No entanto, é possível argumentar que se tratando de um museu no qual o aprendizado e a reflexão dos visitantes é o grande intuito, as alterações não seriam necessárias para passar os conteúdos científicos. Por outro lado, ao ser um espaço não só de aprendizado, mas também de lazer - como veremos no próximo capítulo - nem tudo dentro do museu está relacionado à questão educativa.

De fato, o conteúdo proposto é apresentado de maneira mais ilustrativa e didática por ser um museu interativo, que utiliza computadores, vídeos, explicações de especialistas, pesquisas recentes, hiperlinks e jogos interativos para abordar do nascimento do Cosmos aos impactos ambientais recentes. Além disso, a tecnologia auxilia nas alterações dos dados e pesquisas científicas que estão expostas. Tal questão é destacada pelo coordenador do museu:

Eu acho que a gente tem um grande desafio que é não transformar o Museu do Amanhã no museu do ontem e, nesse sentido, a ciência avança muito rápido. Em mais de um ano de museu, nós já modificamos mais de cem vezes o conteúdo da exposição principal porque existe uma série de novas descobertas ou mudanças de percepções da ciência. Acontece que uma experiência analógica seria uma experiência muito difícil de modificar, então o digital, o interativo, em termos da concepção curatorial do museu tem a ver com essa necessidade de velocidade, que a gente possa constantemente atualizar o conteúdo a partir do que acontece no mundo.³⁷

Como a interatividade consegue colocar a participação do público em primeiro plano, é importante utilizá-la cautelosamente. Por isso, é necessário adequá-la “aos objetivos que se pretende atingir e aos conteúdos já desenvolvidos que são, em primeiro plano, a essência de uma exposição” (FRANCO apud MENEZES, 2011: 31). Nesse sentido, o Museu do Amanhã conseguiu utilizar a interatividade a seu favor e combiná-la com a velocidade das mudanças no planeta, já que novas descobertas e mudanças de conceitos são comuns na ciência.

Outra questão importante, para além da praticidade da alteração do conteúdo, é o fato da tecnologia ser uma maneira mais leve e atrativa de abraçar o conhecimento. Se “as novas tecnologias digitais permitem estabelecer um diálogo interativo, que implica na mudança de um paradigma conservador, que se reduzia à simples observação da coleção por parte do visitante” (MARINS et al., 2010: 5), o Museu do Amanhã constrói um caminho que tira o visitante da acomodação e exige atenção.

³⁷ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

Nesta relação da didática com o lúdico, os museus interativos de ciências pretendem provocar um olhar diferenciado. Para tal, o método utilizado é o da conversação. Seguindo a linha de pensamento de Wagensberg, ‘interatividade significa conversação’, e, enquanto o pensamento é uma conversa consigo mesmo, o experimentar é uma conversa com a natureza. ‘Os museus de ciências provocam um diálogo com e entre os visitantes’ (WAGENSBERG, 2006). (CAVALCANTI, 2011: 147)

A utilização dos aparatos interativos como auxílio para transmitir o conteúdo da exposição também é analisada por Natassja Menezes. “A interatividade só tem valor quando comunica, como alerta Lévy a respeito de uma instalação de Jeffrey Shaw em *Artifices*, em 1996” (MENEZES, 2011: 32). Ou seja, interatividade pode atrair o visitante por necessitar de uma relação mais estreita com o público, no entanto, também pode afastá-lo, caso não seja incorporada de maneira a fazer sentido com a exposição e não conseguir comunicar aquilo que se propõe.

No Museu do Amanhã, o conteúdo disposto nos computadores é tão vasto que, o coordenador do museu afirma que é impossível desbravar todo o conhecimento durante uma única visita ao ser questionado sobre o que leva o público a retornar ao museu. “Tem esse desafio, essa questão já da própria curadoria do museu que foi pensada para que fosse uma experiência que não se esgotasse de uma vez só.”³⁸ Para ele, os interativos funcionam ainda melhor em outras visitas e o conteúdo fica mais claro e aprofundado. Dessa maneira, Siwek acredita que a busca pelo conteúdo sobressai e que o entendimento do público fica cada vez melhor.

Dentro desse aspecto, é importante lembrar que interatividade ganhou significados variados, como foi discutido anteriormente e, por isso, o simples fato de algo ser interativo pode ser utilizado como ferramenta mercadológica para chamar atenção do público. Como afirma Alex Primo (2000: 6), o conceito de interatividade não está tão presente em nossas vidas quanto parece, assim como a interatividade não está tão presente no Museu do Amanhã se pensarmos sobre a interferência dos visitantes nos aparatos interativos.

Ao mesmo tempo interatividade pode ser um atrativo para o público, ela também está ligada ao modo de vida e de consumo da população:

A utilização de novos meios digitais (computador, internet, áudio guia), assim como, por exemplo, a teatralização das exposições e a montagem de ambientes imersivos demonstram que um museu interativo e multimídia corresponde às expectativas do mercado e aos anseios do público, na medida em que enfatiza uma inteligência múltipla e

³⁸ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

diversificada, assim como equacionamentos variados em termos do tratamento e transmissão de informações. (ANDRADE & LESSA, 2010: 90).

Para Siwek, o uso da interatividade no museu combina com a sociedade atual e ajuda a construir uma relação mais próxima com jovens e crianças. Ele acrescenta, ainda, que havia um medo sobre a resposta das pessoas mais idosas. No entanto, a experiência oferecida pelo museu, segundo o coordenador, não é muito diferente do que é pedido no mercado de trabalho e os idosos conseguem absorver essa dinâmica.³⁹

Nesse sentido, o uso de tecnologias no Museu do Amanhã é importante para fazer com que o museu converse de uma maneira atual com o seu público, o que pode ser uma vantagem no momento do visitante escolher qual aparato cultural visitar. Dessa maneira, o museu recorre à interatividade, que faz sentido dentro da proposta de pensar sobre o futuro – e tecnologias – e dentro das mudanças científicas, mas que também oferece ao público uma maneira atual e tecnológica de relacionamento entre o museu e o visitante.

³⁹ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

4. Museu e sociedade

Após explorar como o Museu do Amanhã foi concebido de acordo com a história dos museus e como ele apresenta sua exposição ao público ao criar laços por meio da interatividade, é importante estudar como ele está inserido na sociedade. A interatividade, como foi apresentada no capítulo anterior, é uma das questões importantes para a aproximação do público com o museu, e, além disso, que pode ser utilizada como ferramenta mercadológica para chamar a atenção da sociedade.

Sendo assim, é necessário caracterizar a sociedade na qual vivemos para entender o que fez com que o relacionamento do público com a instituição museu tomasse novos contornos. Ou seja, é importante investigar como a sociedade incorpora a cultura e como o Museu do Amanhã consegue engajar o público. Além disso, entender como as questões da sociedade atual e o contexto histórico da abertura do Museu do Amanhã abraçam o consumo e o turismo cultural.

4.1. Museu do Amanhã: produto de consumo cultural

Para que as pessoas tenham acesso ao conteúdo do Museu do Amanhã é preciso que elas cheguem até lá. Como os pesquisadores Maria Andréa de Andrade e Washington Lessa afirmam, “os museus oferecem experiências que não estão disponíveis em outros locais” (2010: 89). Sendo assim, o Museu do Amanhã ganha o atrativo da singularidade de seu conteúdo e a curiosidade pela descoberta.

As mudanças históricas na instituição museu, realizadas no século XX, ajudaram na aproximação do público em geral. Entre as características, já citadas anteriormente nesse trabalho, estão a aproximação dos interesses sociais ao se tornar uma instituição de comunicação de massa, que visa a educação e a cultura. (CAVACANTI, 2011; SUANO, 1986)

Correspondente aos atributos descritos, Andrade e Lessa destacam que, hoje em dia, os museus buscam o contato com os parâmetros contemporâneos da vida. Assim, é possível estreitar a ligação com inovações tecnológicas, informações em tempo real e grande quantidade de opções de lazer (2010: 89).

O Museu do Amanhã está bem inserido nesses novos tipos de museus contemporâneos ao introduzir a interatividade, instalações impactantes e informações atualizadas. Além disso, a estreia do museu consolidou marcas impressionantes em relação ao público: 25 mil pessoas visitaram o Museu do Amanhã no primeiro fim de semana

aberto, das 10h de sábado, dia 19 de dezembro de 2015 até às 18h de domingo, dia 20.⁴⁰ O número pode ser considerado expressivo, principalmente, ao relacionar o fato de que os cariocas não possuem o hábito de frequentar museus com o feito do Museu do Amanhã de conseguir atingir parte desse público.

A pesquisa intitulada “Perfil Cultural do Carioca” entrevistou moradores do Rio de Janeiro sobre seus hábitos culturais em 2014, ano anterior ao da estreia do museu. Na média, 31% dos moradores do Rio foram ao museu naquele ano, enquanto 69% dos entrevistados disseram nunca ter ido ao museu ou não ter ido em 2014, cerca de 2,1 milhões de pessoas, considerando os moradores da cidade.⁴¹ A pesquisa foi realizada entre janeiro e fevereiro de 2015 com 1.537 pessoas e reuniu mais de 50 perguntas sobre diferentes aspectos da vida cultural dos moradores do município.

Outro dado importante refere-se à pesquisa realizada pelo Museu do Amanhã entre os dias 16 e 29 de janeiro de 2016, ao entrevistar 839 visitantes: 42% das pessoas entrevistadas não são frequentadoras de museus, sendo que 10% afirmaram que nunca haviam pisado em um, e os outros 32% disseram que a última visita havia sido há mais de um ano.⁴²

As informações expostas reforçam o que as longas filas no primeiro mês de abertura do museu mostraram. Por isso, é necessário entender melhor como o Museu do Amanhã tornou-se uma instituição cultural tão expressiva no Rio de Janeiro e como ela integra o contexto da cultura na sociedade em que vivemos.

Segundo os filósofos franceses Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, estamos vivendo um “regime inédito de cultura” (2011: 7). Os autores conceituam essa transformação como “cultura-mundo”, que é o “fim da heterogeneidade tradicional da esfera cultural e universalização da cultural mercantil, apoderando-se das esferas da vida social, dos modos de existência, da quase totalidade das atividades humanas” (LIPOVETSKY & SERROY, 2011: 9).

A “cultura-mundo”, associada à globalização, é o estado de cultura que acompanha a hipermodernidade, que transformou profundamente “o relevo, o sentido e a superfície

⁴⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/12/museu-do-amanha-recebe-25-mil-pessoas-no-1-fim-de-semana-aberto.html>. Acesso em: 01/05/2016.

⁴¹ Disponível em: <http://www.culturanorio.com.br/download/>. Acesso em: 01/05/2017.

⁴² Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/pesquisa-em-museu-mostra-que-10-do-publico-nunca-tinha-ido-centro-cultural-19353941>. Acesso em: 01/05/2017.

social e econômica da cultura” (LIPOVETSKY & SERROY, 2011: 7). Dessa maneira, a cultura incorporou características econômicas da sociedade, tornando-se um produto.

É a partir da “universalização da cultura mercantil” (LIPOVETSKY & SERROY, 2011: 9), que o museu pode ser destacado como um produto da cultura. Assim, prosseguem os autores: “o museu era lugar de recolhimento, e ei-lo agora um espaço de recreação destinado ao consumo visual e hedonista do grande público” (2011: 90). No caso do Museu do Amanhã, diversos aspectos norteiam essa tese.

Nesse contexto, é interessante notar a concepção da arquitetura e do interior do museu. Os pesquisadores Catarina Carreto e Rui Carreto assinalam a arquitetura dos edifícios dos museus como uma estratégia para chamar atenção, tornando-se importante para a marca do museu e para a atração de visitantes (CARRETO & CARRETO, 2014: 5).

No Museu do Amanhã não é diferente, o prédio é assinado pelo arquiteto espanhol Santiago Calatrava e sua grandiosidade é aparente. Para Dino Siwek, a arquitetura do museu muitas vezes atrai o público. “Temos realmente um público bem grande que vem ao Museu do Amanhã sem saber exatamente o que é o museu, mas vem por causa da arquitetura, que é impactante.”⁴³

Outra característica que cerca o museu inserido na era da “cultura-mundo” é seu interior recheado de locais de convívio:

As funções dos museus ultrapassam os limites arquitectónicos e os limites das colecções, tornaram-se não só um espaço de cultura e de conhecimento, mas também de lazer, com oferta de livrarias, bibliotecas, restaurantes e lojas especializadas. (CARRETO & CARRETO, 2014: 6)

O museu está, portanto, concorrendo com outras possibilidades de lazer e, para Siwek, com o tempo livre das pessoas. A escolha do público pelo museu é a opção por adquirir conhecimento. No entanto, o coordenador do museu observa críticas quanto ao museu ser apenas um espaço lazer para algumas pessoas, o que, segundo ele, é natural:

A experiência dentro de um museu precisa estar envolvida por um certo entretenimento, um certo gostar, pelo menos pra boa parte das pessoas, até você se tornar realmente um frequentador ativo. Nesse começo da jornada por museus, o entretenimento é importante, mas ele não pode ser só isso, alguma coisa mais precisa acontecer.⁴⁴

Nesse sentido, o museu não é apenas um espaço cultural, mas também um local de lazer e consumo que atrai pessoas “não habituat[a]s a visitar museus ou exposições, ou

⁴³ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁴⁴ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

ainda incentivar a visita à própria instituição” (CARRETO & CARRETO, 2014: 8). Em consonância a essa ideia, o Museu do Amanhã possui a preocupação de continuar atingindo públicos que não estão tão acostumados com o ambiente do museu.

Segundo Siwek, responsável pela pesquisa e engajamento de público do Museu do Amanhã, o desafio do seu trabalho é conseguir atingir o público interessado no conteúdo do museu e também aquele que chega de surpresa ao local e/ou não frequenta museus, que são 40% dos visitantes.⁴⁵

Na área de engajamento, o nosso desafio é buscar caminhos para potencializar a experiência daquelas pessoas que desejam ter uma relação mais profunda com o museu e com os temas que o museu trata, como também ser atento e possibilitar que esse espaço seja um espaço de inclusão para pessoas que não frequentam museus e que não estão acostumadas com a experiência.⁴⁶

Dentro dessa perspectiva de local de lazer, que combina lojas e restaurante, e da ânsia de atingir novos públicos, Lipovetsky e Serroy destacam o que tornou o museu uma marca: “o logotipo se apresenta em toda uma gama de produtos derivados, das reproduções de obras de arte aos cartões-postais e pôsteres, passando por marcadores de livro [...] e outros mil acessórios que as butiques [...] vendem no circuito” (2010: 91).

O consumo de produtos faz parte do consumo cultural quando a loja do museu ganha importância e dimensão social para prolongar a marca, o espaço do museu e sua exposição:

Consumir é uma actividade que constitui parte da nossa vida quotidiana e os lugares onde decidimos fazê-lo reflectem o nosso estilo de vida, a nossa cultura e os nossos interesses. Deste modo, estabelecemos uma relação com aquilo que nos identifica e o ambiente ou contextualização dos espaços de consumo cultural. Cada vez mais, a ida à loja do museu faz parte integrante do percurso cultural. (CARRETO & CARRETO, 2014: 9)

Por outro lado, os autores Andrade e Lessa, destacam que os museus, assim como organizações institucionais ou empresariais, precisam colocar-se à frente das mudanças para continuar existindo. Por isso, encontram desafios dos quais o mais crítico é o aumento da competição por audiência e a oferta de serviços diferenciados de lazer (2010: 94). Ou seja, a abertura de locais de socialização faz parte do potencial mercadológico do museu e deve ser aproveitado para garantir mais atrativos ao público. “Os museus precisam continuamente construir seu público, atraindo novos visitantes e retendo os frequentadores

⁴⁵ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁴⁶ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

já existentes, encorajando-os, por meio de atrações de qualidade e apelo afetivo, a estarem mais presentes e mais ativos.” (ANDRADE & LESSA, 2010: 94)

Outra maneira de colocar o museu em destaque é fazer com que o ambiente seja agradável e possua atributos próprios. Os pesquisadores Andrade e Lessa frisam a importância de trabalhar a marca dentro do próprio museu para garantir uma boa relação com o público.

Os funcionários, principalmente os que atuam diretamente com os visitantes, precisam vestir a camisa da instituição, pois são o primeiro contato do público com o museu, e muita da primeira impressão que o público tem é passado por eles. Funcionários despreparados, sem conhecimento de informações relevantes sobre o funcionamento da instituição e exposições interferem negativamente na relação público-museu. (ANDRADE & LESSA in MAGALHÃES et al, 2010: 97)

Sobre a busca constante de um novo público no Museu do Amanhã, Dino Siwek destaca que, mesmo com ajuda da imprensa e estratégias de comunicação, o conteúdo que fortalece o museu e frisa a importância da boa impressão dos funcionários para que o público retorne à instituição.⁴⁷

Acredito que a estratégia principal de qualquer museu é de que a pessoa venha e saiba que ela vai conhecer uma coisa interessante, vai participar de um debate rico e aprender uma coisa nova. E também que ela vai ter uma experiência boa, agradável, vai se sentir bem tratada, acolhida. Eu acho que todas essas coisas são importantes, elas permitem que você se aprofunde mais sobre o que é o museu. Às vezes uma experiência ruim que você teve na porta do museu já estraga todo o conteúdo que você poderia receber, então, essas coisas estão todas conectadas.⁴⁸

O bom relacionamento com o público faz parte da necessidade de criar apelo afetivo com o público ao fazer do museu uma marca. Segundo Lipovetsky e Serroy, essa postura está ligada à sociedade do hiperconsumo, que assume a “forma hipertrofiada e exponencial do hedonismo mercantil”, cujo objetivo é criar uma sociedade universal de consumidores (2010: 32).

Ainda entendendo as peculiaridades da sociedade que cerca instituições culturais, como o Museu do Amanhã, e complementando o pensamento de Lipovetsky e Serroy, é importante destacar o que pondera o sociólogo polonês Zygmunt Bauman. O autor percebe o consumo dentro sociedade contemporânea na maneira como os cidadãos são moldados para desempenharem o papel de consumidores. “A norma que nossa sociedade coloca para

⁴⁷ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁴⁸ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

seus membros é a da capacidade e vontade de desempenhar esse papel” (BAUMAN, 1999: 78).

O filósofo caracteriza a cultura da sociedade consumo pelo esquecimento e o não aprendizado (BAUMAN, 1999: 79). Tal fator está ligado à redução de tempo para que a satisfação do consumidor seja instantânea, sem exigir o aprendizado. Sendo assim, é possível perceber no Museu do Amanhã a busca por uma satisfação efêmera ao apostar em instalações grandiosas, tecnológicas e coloridas, como os cubos da área “Terra” e a área “Antropoceno”, para impactar e chamar a atenção de imediato.

Outro fator que pode ser relacionado à satisfação e à atenção do visitante é a interatividade. O tema possui um capítulo próprio para analisar como ele propõe um novo tipo de relacionamento com o público por meio do aprendizado no museu. Ou seja, estaria na contramão da falta de aprendizado citada pelos filósofos, já que é possível retirar informações da exposição mesmo estando numa sociedade de consumo. No entanto, como já foi comentado neste trabalho, a interatividade possui um caráter tecnológico atual que pode ser utilizado como diferencial mercadológico e também pode responder apenas aos anseios do público por novidade. (ANDRADE & LESSA, 2010: 90)

Portanto, para que o visitante realmente aprenda com as informações do museu, é necessário que persista e saia da zona de conforto do “consumo bulímico”, conceituado por Lipovetsky e Serroy como uma das características da “cultura-mundo”.

Nesse universo caracterizado por um consumo bulímico, pela intensificação da circulação dos bens, pessoas e das informações, os indivíduos dispõem de mais imagens, referências, modelos, e podem assim encontrar elementos de identificação mais diversificados para construir sua existência.” (LIPOVETSKY & SERROY, 2010: 15)

Nesse contexto, Bauman destaca que os consumidores buscam serem seduzidos na sociedade de consumo. Assim, mesmo o mercado já prevendo os consumidores de cada produto, as pessoas sentem-se como se estivessem no comando, críticas e juízes do que consomem (BAUMAN, 1999: 81). A afirmação do autor converge à primeira vista com o fato de que o acesso a bens e produtos, culturais ou não, não são acompanhados ao exercício da cidadania, como destaca o antropólogo e crítico social argentino Néstor García Canclini (2005: 54-55).

Canclini associa o consumo à cidadania para desconstruir as duas concepções: a que julga o comportamento dos consumidores como irracional e a que vê os cidadãos atuando apenas em função da racionalidade nas questões políticas (2005: 45). Para o autor,

consumir constrói novas maneiras de ser cidadão ao possibilitar decisões sobre como são “produzidos, distribuídos e utilizados esses bens” (CANCLINI, 2005: 54). No entanto, esse direito está ligado apenas às elites. Ou seja, a maioria dos consumidores não participa ativamente do processo.

O Museu do Amanhã, de certa maneira, tenta mostrar ao visitante o papel ativo do cidadão na questão do consumo. Como se trata de um museu de ciências, o consumo não está relacionado à cultura, mas à construção de um amanhã mais sustentável, um consumo consciente.

A gente fala sobre os ‘amanhãs’, mas o ‘hoje’ é muito forte no museu, o que a gente quer passar é que o amanhã é uma construção do hoje, e que você é parte dessa construção e pode tomar decisões que vão impactar em vários possíveis “amanhãs” e possíveis alternativas de futuros.⁴⁹

Siwek ainda destaca a importância de que o impacto pela grandiosidade do museu e pelas possibilidades para o futuro transforme-se em ação pelos visitantes. No entanto, não é possível saber o que eles farão após a visita, mas essa é uma questão importante para o museu, segundo o coordenador. “O trabalho se completa se a gente efetivamente está conseguindo engajar as pessoas nessas questões.”⁵⁰

Segundo Catarina Carreto e Rui Carreto, a divulgação da marca do museu através da publicidade para ampliar público e motivos de visita está relacionada a esta cultura de consumo. “Como lugar de extensão cultural, o próprio museu é um espaço de conhecimento e de cidadania que promove o direito à fruição e consumo de bens culturais” (CARRETO & CARRETO, 2014: 7).

Relacionado ao consumo cultural e a cidadania, a contemporaneidade trouxe um desafio para a sustentação do museu:

A insuficiência de receitas próprias e consequentes problemas orçamentários põem em risco a vida de muitas instituições museológicas, levando-as a buscar patrocínios e parcerias na iniciativa privada. Apesar dos incentivos fiscais, as empresas desejam a contrapartida, ou seja, o retorno intangível em termos de visibilidade, e para oferecer isto o museu precisa criar e fortalecer sua própria identidade, garantindo uma ‘personalização’ e uma presença de fato junto ao público (ANDRADE & LESSA, 2010: 89).

Ou seja, a identidade do museu garante a diferenciação frente aos outros dentro do consumo cultural e agrega público, mas também, segundo os autores Andrade e Lessa, faz-se necessária para que as instituições sobrevivam na sociedade capitalista.

⁴⁹ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁵⁰ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

Nesse sentido, o Museu do Amanhã criou o Amigo do Museu do Amanhã, conhecido como “NOZ”, que visa fidelizar o público por um valor mensal em troca de benefícios, como convite para abertura de exposições temporárias, entrada gratuita expressa com acompanhante e inscrição antecipada em eventos.⁵¹ Além disso, os amigos possuem uma relação mais próxima com o museu, ao serem os representantes da sociedade civil que podem propor ações.⁵²

Em geral, os programas de amigos dos museus eles tem dois objetivos, tanto o de engajamento, quanto o de contribuição financeira ao museu. Temos um foco bem grande no engajamento. O nosso convite para os amigos é de, efetivamente, se aprofundarem naquilo que o museu pode oferecer, além de ser um convite, muitas vezes, para que eles sejam parte também na construção do que esse museu será.⁵³

Para o coordenador do museu, a localização ajuda no turismo, como veremos nas próximas páginas, no entanto, ele acredita que a região possui uma densidade de conteúdo relevante para o Museu do Amanhã. “Essa é uma região fundamental para a cultura do Rio, fundamental para a cultura brasileira. Antes do museu, já existia uma população grande que morava aqui, que tinha suas ações e que a gente espera que seja beneficiada também.”⁵⁴

4.2. Turismo cultural e Museu do Amanhã

Dentro do contexto do social no qual o Museu do Amanhã está inserido, sua inauguração foi um importante marco no Rio de Janeiro, no final de 2015. Como já foi abordado, o museu foi o grande marco do projeto Porto Maravilha e da mudança nessa região da cidade. Além disso, ele é localizado no Boulevard Olímpico⁵⁵, a orla entre a Gamboa e a Praça XV, no centro do Rio de Janeiro. O local foi o ponto de encontro de moradores e turistas durante a Olimpíada de 2016.

Para Siwek, responsável pela pesquisa e engajamento de público no Museu do Amanhã, o museu ganhou mais visibilidade por conta do local onde foi construído e pelo período no qual foi aberto ao público:

Esse museu, inclusive, foi pensado antes desse espaço. Quando começaram a falar sobre a possibilidade de ter o museu que veio a ser o Museu do Amanhã, ele não era aqui. Ele passou a ser aqui a partir do

⁵¹ Disponível em: <https://museudoamanha.org.br/pt-br/noz-o-programa-de-amigos-do-museu-do-amanha>. Acesso em: 09/05/2017.

⁵² Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁵³ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁵⁴ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁵⁵ Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/noticiasdetalhe/4584>. Acesso em: 09/05/2017.

momento que começou o projeto de renovação urbana aqui dessa região e foi colocado um arquiteto-estrela pra realmente fazer um marco dessa transformação. Nesse sentido, é claro que a gente ganhou muito mais visibilidade.⁵⁶

Diante do cenário de sua inauguração, com o fim da espera de sua construção e a chegada da Olimpíada, o Museu do Amanhã ganhou destaque. Outro fator importante é o museu ser associado à Fundação Roberto Marinho, que já inaugurou espaços culturais de relevância, como o Museu de Arte do Rio (MAR), o Museu da Língua Portuguesa e o Museu do Futebol, ambos em São Paulo.

A Fundação carrega o nome de seu criador, que também foi responsável pela criação das empresas de comunicação que hoje formam o Grupo Globo, do qual participa a TV Globo, maior emissora do país, e a Infoglobo, que reúne jornais impressos como O Globo e Extra⁵⁷. Para os pesquisadores Helena Santos e Fábio Lins, essa ligação fez a diferença na cobertura midiática sobre o Porto Maravilha:

No que pese o discurso oficial veiculado, por exemplo, no site Porto Maravilha, tão importante quanto (se não, mais) é a cobertura midiática sobre a cultura da zona portuária pelo principal conglomerado de comunicação do Rio de Janeiro, com amplo destaque para os museus de Arte do Rio e do Amanhã, que age com grande influência na esfera pública (Cf. Habermas, 1998) ao fazer circular as informações. (SANTOS & LINS, 2016: 7)

Os autores destacam que o discurso de renovação pregado pelo Porto Maravilha foi aderido pelos meios de comunicação, além de dar ênfase ao imaginário de que o Rio de Janeiro é uma cidade cultural e que seus moradores visitam museus (SANTOS & LINS, 2016: 7). No entanto, como foi descrito anteriormente neste trabalho, pela pesquisa sobre os hábitos culturais do carioca, apenas 31% dos moradores do Rio foram ao museu naquele ano.

Às vésperas da Olimpíada, os pesquisadores ressaltam que o esforço do governo para a remodelação do espaço urbano do Porto contou com o apoio não só das empresas de mídia citadas, como também do setor imobiliário para a instalação dos aparelhos culturais:

Esse movimento da mídia local traz à mente a discussão proposta por Appadurai (1990) sobre a economia global cultural, que se caracteriza por cinco correntes de fluxos culturais globais interdependentes. O papel da mídia, por exemplo, é crucial para a compreensão desse modelo. Para Appadurai (1990, p. 298-299), o midiapanorama refere-se tanto à distribuição eletrônica de produzir e disseminar informações pelos jornais, revistas, estações de televisão, estúdios para produção de filmes,

⁵⁶ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

⁵⁷ Disponível em: <http://www.frn.org.br/a-fundacao/>. Acesso em: 09/05/2017.

etc. como também pelas imagens do mundo produzidas por esses meios. (SANTOS & LINS, 2016: 10)

Ou seja, Santos e Lins destacam a questão da mídia construir ‘mundo imaginários’ ao criar narrativas centradas na imagem de local de cultura, abordando enfaticamente apenas frações de realidade. Qual o motivo? Os autores relacionam a economia global cultural à “emergência da cidade-marca”, apontada pela pesquisadora brasileira Fernanda Sánchez. (SANTOS & LINS, 2016: 10) A “cidade-marca” é uma derivação da “cidade-modelo” que, segundo Sánchez, seria a criação de imagens de marca construídas pela “ação combinada de governos locais, junto a atores hegemônicos com interesses localizados, agências multilaterais e redes mundiais de cidades” (SÁNCHEZ, 2001: 1). A partir disso, essas imagens tornam-se dominantes ao serem utilizadas estratégias discursivas para a sua difusão e legitimação.

A autora ressalta que o mercado mundial de cidades é movido e movimenta outros mercados, entre eles o imobiliário e o de empresas, já citados, e o de turismo, mais importantes para o presente trabalho (2001: 34). Nesse sentido, a promoção e a criação de uma nova imagem para a cidade, como a proposta pelo Porto Maravilha, atrai mais público, investimento, turismo e consumo, por exemplo. Assim, como destacam Lipovetsky e Serroy, o museu firma-se como um elemento de desenvolvimento urbano para as cidades (2011: 90).

No caso do projeto do Porto Maravilha, a região da Praça Mauá passou por mudanças estruturais como o fim da Perimetral, a ampliação do espaço de lazer, a construção do Museu de Arte do Rio e do Museu do Amanhã, além da construção de novos prédios. Junto com as mudanças, o discurso sobre a região foi alterado, como destaca Santos e Lins:

Como parte da gestão da cidade-mercadoria, os grandes projetos locais, como o Porto Maravilha, e as indústrias culturais contribuiriam para um reposicionamento da cidade. É a cidade que, por meio da cultura e dos grandes projetos urbanos, se espetaculariza para atrair investimentos e divisas. (SANTOS & LINS, 2016: 11)

Lipovetsky e Serroy observam na construção de novos museus a exigência das cidades de gerir sua própria imagem e munir-se de edifícios publicitários para construir uma imagem de marca. Dessa forma, os lugares imediatamente reconhecíveis com a propagação de suas imagens pela mídia tornam-se uma atração turística: “agora isso se chama marketing urbano. A ‘cultura-mundo’ é aquela em que se interpenetram as lógicas

estéticas e as lógicas do desenvolvimento econômico turístico”. (LIPOVETSKY & SERROY, 2011: 91)

Para os filósofos, na era da “cultura-mundo” os museus tornaram-se um destino turístico de massa ao caírem no regime da hipermodernidade “com seus orçamentos colossais, suas estruturas futurísticas cada vez mais tecnológicas, cada vez mais monumentais e espetaculares” (LIPOVETSKY & SERROY, 2011: 90). Nesse sentido, é possível unir o consumo e o turismo cultural para entender a criação de aparatos culturais, como o Museu do Amanhã, que unem a grandiosidade da arquitetura, com mudança urbana e grande repercussão midiática.

Para o jornalista José Arbex Junior, no livro “Shownalismo”, essas características foram cruciais para entender o fim do museu ligado ao culto à tradição e à história e sua mudança para uma modalidade de espetáculo e superprodução. Além disso, ele cita atributos que combinam com o contexto histórico da criação do Museu do Amanhã, antes mesmo dele ser um projeto:

O museu contemporâneo transformou-se em um local que serve, ao mesmo tempo, para diversão pública, boutique, meio publicitário de empresas que patrocinam exposições, ou para promover o turismo e estimular políticas de urbanização ou recuperação de determinadas regiões urbana (2000: 91).

Dentro desse contexto, Siwek acredita que a grande procura pelo museu ainda não acabou e afirma que cerca de 95% ainda está visitando pela primeira vez o local. No entanto, o coordenador entende que o bom momento não deve ser sinônimo de acomodação e defende que, mesmo com o contexto favorável, o conteúdo ainda é o diferencial para a escolha do público pelo Museu do Amanhã:

Por mais que a gente tenha estratégias de comunicação de longo alcance, por mais que a gente tenha um interesse grande da imprensa, que nos ajuda em divulgação, é através do conteúdo que nos fortalecemos. Sempre vai ter uma boa parcela do nosso público que está vindo conhecer, uma boa parcela que é turista e veio ao Rio de Janeiro já com essa recomendação. No entanto, a gente precisa ter um conteúdo que seja potente e relevante o suficiente para as pessoas.⁵⁸

Assim, é possível identificar que o sucesso do Museu do Amanhã se deu em virtude da sua localização, da cobertura midiática favorável e da expectativa criada pela inauguração da restauração do espaço urbano no qual se encontra. Ou seja, a mobilização em torno do museu em conjunto com o relacionamento mais próximo com o público -

⁵⁸ Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 4 de maio de 2017.

proposto pelo uso da interatividade na exposição e a utilização da cultura como produto ao apoderar-se da esfera social e econômica - deram ao Museu do Amanhã uma vantagem e uma diferenciação entre os outros aparatos culturais. Se o contexto ajudou, cabe ao museu fazer com que o sucesso continue ao mobilizar mais público através de novas exposições temporárias, além de alterações na principal e ao zelar por seu conteúdo.

5. Conclusão

Entre os benefícios culturais presentes no Museu do Amanhã está a compreensão do conhecimento científico para entender o nosso lugar no mundo. Entender cientificamente como surgiu o Cosmos e a vida na Terra, como os seres humanos surgiram e se desenvolveram no nosso planeta é o caminho escolhido pelo museu para apresentar o hoje e vislumbrar possíveis futuros. Se atualmente paira a incerteza sobre o rumo da humanidade por conta das mudanças climáticas, crescimento da população, aumento da poluição e outros fatores catastróficos, o Museu do Amanhã busca levar aos seus visitantes o questionamento sobre qual caminho eles querem seguir e incentivar uma postura mais ativa e mais preocupada da população.

Enquanto Cazuzza não tinha esperanças ao cantar “eu vejo o futuro repetir o passado / eu vejo um museu de grandes novidades”, estrofes da canção “O Tempo Não Para”, o Museu do Amanhã anseia por grandes novidades. O compositor percebia o museu de grandes novidades como um paradoxo e previa o futuro sendo apenas uma modificação do passado, sem grandes saídas para inovações. No entanto, o Museu do Amanhã refuta essa ideia. Não só é possível pensar em novas maneiras de construir o futuro, como essa reflexão é feita dentro de um museu, instituição tão conhecida por remeter ao passado.

É importante frisar que o passado é apresentado no museu para ajudar a entender o contexto atual e permitir uma nova construção de futuro: essa, sim, a grande novidade. A novidade também está presente no museu no uso da interatividade na exposição com a possibilidade de modificação do conteúdo pelo próprio museu e sem uso de acervo material. É a tecnologia dentro das paredes do museu promovendo a participação mais ativa do público, algo que vai na contramão do museu silencioso e contemplativo que está no imaginário popular e que foi construído historicamente.

Por isso, foi necessária a contextualização da instituição museu e a breve passagem por suas modificações ao longo da história. A partir disso o trabalho buscou entender de que maneiras o público se relaciona com o museu: seja pela participação através da interatividade da exposição ou pela maneira na qual ele foi concebido e está alinhado com as características sociais e econômicas que a cultura ganhou na sociedade capitalista. Tais atributos não só estão presentes como são fundamentais para entender o sucesso e a importância que o museu marco da transformação da região portuária do Rio conquistou desde sua abertura.

A interatividade abraça o público com mecanismos conhecidos, como computadores e telas, e impressiona por sua tecnologia. Ela ajuda na aproximação do público com a exposição, cria um ar de curiosidade que pode ser saciado com o toque na tela. A interatividade conversa com a sociedade atual, no qual navegar por um grande banco de dados, como a internet, não é algo estranho, e faz com que o museu deixe de lado o esquema clássico da comunicação para permitir uma maior interação com o visitante.

Entretanto, foi abordado como a interatividade pode perder seu sentido ao ser utilizada na exposição. Dentre diversas conceituações, de fato, a interatividade deve permitir, no mínimo, a resposta do receptor. Esse é o caso do Museu do Amanhã. Por outro lado, enquanto alguns autores acreditam na existência de níveis de interatividade, outros afirmam que ela pressupõe a alteração do receptor no sistema, o que não ocorre no museu. Além disso, o termo interatividade é utilizado como adjetivo para qualquer produto ou objeto que possua algum tipo de participação. O Museu do Amanhã utiliza a interatividade para deixar o conteúdo mais didático e atento às tecnologias atuais, no entanto não há espaço para o visitante realizar algum tipo de interação que promova alguma alteração, como em experimentos ou instalações.

Nesse contexto, o consumo cultural surge como outro viés que possibilita um tipo de relação e participação do público dentro do museu. A cultura é revestida pelo consumo e transforma-se em produto social e econômico. No caso do objeto estudado, o contexto de sua criação e a cobertura da mídia deixaram evidentes os traços do consumo cultural presente na sociedade atual. Por isso, é importante ter em mente o fato de que tais características podem ser interessantes para atrair um público que não frequenta museus, mas que não podem estar acima da qualidade do conteúdo e da reflexão proposta.

Abordar a participação do público no Museu do Amanhã a partir do viés da interatividade e do consumo cultural foi o objetivo proposto pelo trabalho, no entanto é importante reconhecer que o tema extrapola o limite das páginas desse projeto e que não se esgota aqui. O objeto escolhido ainda é recente e, por isso, o trabalho buscou realizar uma pequena contribuição para futuros estudos, que podem e devem explorar o Museu do Amanhã de diversas maneiras que não foram contempladas aqui.

Entre as sugestões de novas abordagens sobre o objeto deste trabalho, é interessante perceber o Museu do Amanhã dentro do circuito de museus do centro do Rio de Janeiro. Ele está localizado na Praça Mauá, assim como o Museu de Arte do Rio, local revitalizado. No outro lado da Avenida Rio Branco, o Museu de Belas Artes e o Museu Histórico

Nacional representam espaços culturais históricos. Relacionar esses quatro museus leva em consideração diversos aspectos do consumo cultural, como a divulgação das exposições da mídia, o local onde se encontram e a estrutura interna desses museus.

Outra sugestão é estudar sobre a relação do Museu do Amanhã com a mídia. Associada à Fundação Roberto Marinho, que já inaugurou espaços culturais de grande sucesso, é importante investigar - mais profundamente do que o presente trabalho - a importância da Fundação para o sucesso e a divulgação em massa do museu. Analisar o discurso da mídia e o espaço nos jornais e telejornais, por exemplo, que o Museu do Amanhã teve antes de sua inauguração nas empresas de comunicação que também são associadas à Fundação.

A interatividade nos museus de ciências também pode ser um tema no qual o Museu do Amanhã não só se encaixa, mas também pode ser estudado. O Museu da Vida, localizado na Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), no Rio de Janeiro, possui uma exposição de ciência permanente e interativa. Estudar as diferenças entre as exposições das instituições e seus objetivos, além do conhecimento do público sobre os dois museus é interessante para perceber como o consumo da cultura está presente em cada museu.

Seja qual for o recorte escolhido, ainda há muito a ser explorado, em trabalhos e artigos acadêmicos, sobre o Museu do Amanhã. Por fim, perceber o espaço do museu pela ótica da comunicação, como um dos dispositivos capazes de comunicar e informar a população, é compreender um pouco da importância dessas instituições tão antigas e tão presentes na sociedade atual sem deixar de lado as peculiaridades do contexto no qual foram concebidas.

6. Referências Bibliográficas

ANDRADE, Maria Andréa; LESSA, Whashington. “A importância da gestão estratégica e comunicação da marca na construção da imagem do museu.” In: MAGALHÃES, Aline M.; BEZERRA, Rafael Zamorano; BENCHETRIT, Sarah Fassa (org). *Museus e Comunicação: Exposições como objeto de estudo*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010. Disponível em: <<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=mhn&pagfis=21944>>. Acesso em: 20/04/2017.

ARBEX, José. *Showrnalismo: a notícia como espetáculo*. São Paulo, Casa Amarela, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 4ª ed., 2001.

CARRETO, Catarina; CARRETO, Rui. “Museus e Exposições: O contributo do Design nos lugares de memória.” 5º Seminário Internacional Museografia e Arquitetura de Museus, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/IRr56d>>. Acesso em: 13/10/2016.

CASTRO, Ana Lúcia Siaines de. *O Museu do sagrado ao segredo*. Rio de Janeiro: 2007. Disponível em: <<http://ridi.ibict.br/handle/123456789/726>> Acesso em: 21/04/2017.

CAVALCANTI, Cecília. “O conhecimento em exposição: Novas linguagens da comunicação como construção multidirecional de conhecimento e de percepção do mundo contemporâneo.” Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

FRAGOSO, Suely. “De interações e interatividade.” X Compós - Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília: Compós, 2001.

Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). “Museus em Números.” Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/museus_em_numeros_volume1.pdf>. Acesso em: 30/03/2017.

LÉVY, Pierre. A Interatividade. In: _____. *Cibercultura*; tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 77-84.

_____. *O que é virtual?* Trad. Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1996. Disponível em: <http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq_interface/6a_aula/o_que_e_o_virtual_-_levy.pdf> Acesso em: 20/04/2017.

MARINS, Vania N., HAGUENAUER, Cristina, J., CUNHA, Gerson, G. G., CORDEIRO FILHO, Francisco. “Aprendizagem em museus com uso de tecnologias digitais e realidade virtual.” *Revista Realidade Virtual*, vol. 1, n. 1, jan./jun. 2008. Disponível em <<https://goo.gl/luOILK>>. Acesso em: 15/04/2017.

MENEZES, Natassja. “O boom de museus interativos no Rio de Janeiro: Linguagem e democratização da cultura.” Rio de Janeiro, 2011.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. “TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil.” 2 ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A cultura-mundo: Resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

PALÁCIOS, Marcio; CUNHA, Rodrigo. “A Tactilidade em dispositivos móveis: Primeiras reflexões e ensaio de tipologias”. *Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura*, vol. 10, n. 3, pp. 668–685, set-dez 2012. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6575>> Acesso em: 23/04/2017.

PRIMO, Alex. Introdução. In: *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. “Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo.” *Revista da Famecos*, n.12, p. 81-92, jun. 2000. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf> Acesso em: 13/10/2016

SÁNCHEZ, Fernanda. “A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política”. *Revista de Sociologia e Política*, n. 16, jun. 2001. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/3584>>. Acesso em: 07/05/2017.

SANTOS, Myriam S. “Os museus brasileiros e a constituição do imaginário nacional.” *Revista Sociedade e Estado*, 2000, vol. 15, n. 2, p. 271-302. Disponível em: <http://ref.scielo.org/ccnqvkc> Acesso em: 19/03/2017.

SANTOS, Maria Helena; LINS, Fábio. “Porto Maravilha: a cidade-empresa e seu novo atributo – a cultura.” XXXIX Congresso Brasileiro da Ciência da Comunicação – Intercom, 2016.

_____. “Museus brasileiros e política cultural.” *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Jun 2004, vol. 19, n. 55, p. 53-72. Disponível em: <<http://ref.scielo.org/736yh4>>. Acesso em: 19/03/2017

SCHWARCZ, Lilia. O Nascimento dos Museus Brasileiros (1870-1910). In: MICELI, Sérgio (Org). *A História das Ciências Sociais no Brasil*, 1. São Paulo: Vértice, 1989. p. 20-71. Disponível em: < <https://goo.gl/dphpgs>> Acesso em: 21/04/2017.

SILVA, Marco. “Interatividade - Uma mudança fundamental do esquema clássico da comunicação.” IX Compós - Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre: Compós, 2000.

SUANO, Marlene. *O que é museu*. São Paulo: Brasiliense, 1986. Disponível em: <https://historiadoresfcdf.files.wordpress.com/2013/10/suano-marlene-o-que-e3a9-museu.pdf>. Acesso em: 21/04/2017.

TUCHERMAN, Ieda; CAVALCANTI, Cecília C.B. “Museus: dispositivos de curiosidade.” *Revista Comunicação Mídia e Consumo*, São Paulo, vol.7, n.20, pp. 141-158, 2010. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/279/254>>. Acesso em: 07/07/20

7. Anexo I: Imagens

Imagem 1: Praça Mauá com Museu do Amanhã ao fundo



Foto: Beatriz Moura

Imagem 2: Térreo do Museu do Amanhã



Foto: Beatriz Moura

Imagem 3: Primeiro andar do Museu do Amanhã



Foto: Beatriz Moura

Imagem 4: Maquete do Museu do Amanhã



Foto: Beatriz Moura

Imagem 5: Computador área “Cosmos”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 6: Cubo “Matéria”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 7: Vídeo animado na área “Matéria”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 8: Interior do cubo “Vida”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 9: Interior do cubo “Pensamento”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 10: O olhar para a área “Antropoceno”

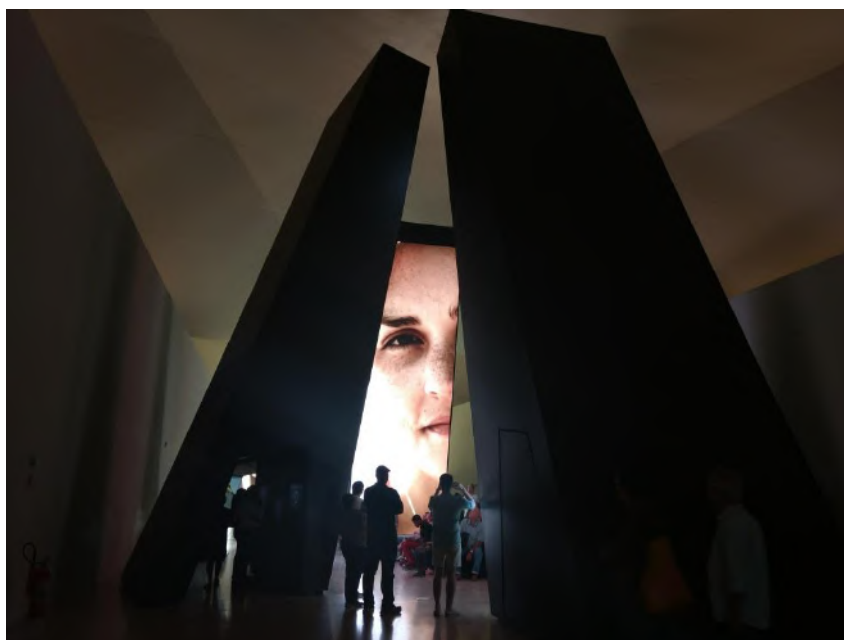


Foto: Beatriz Moura

Imagem 11: A era do “Antropoceno”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 12: Nós moldamos o presente

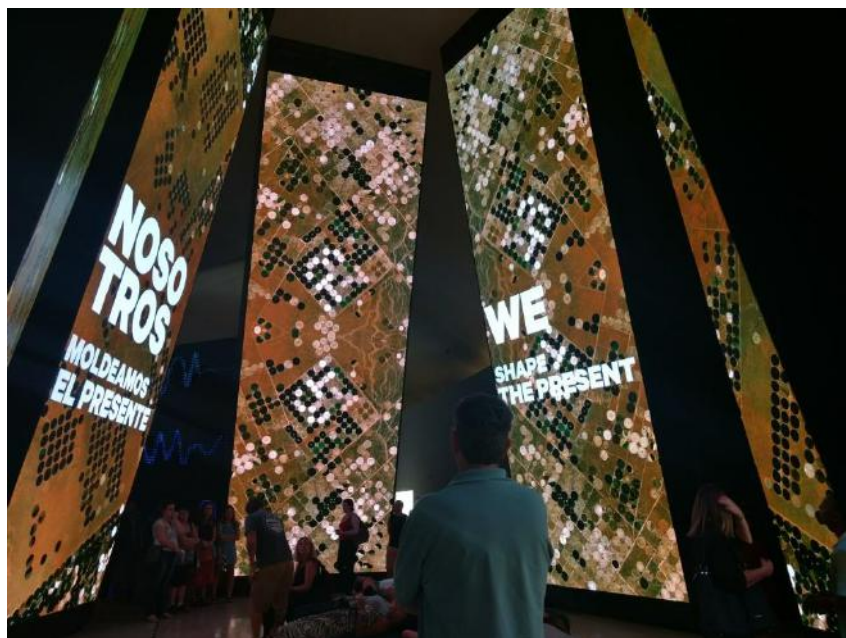


Foto: Beatriz Moura

Imagem 13: “Jogo da pegada ecológica”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 14: Setor “Sociedade”

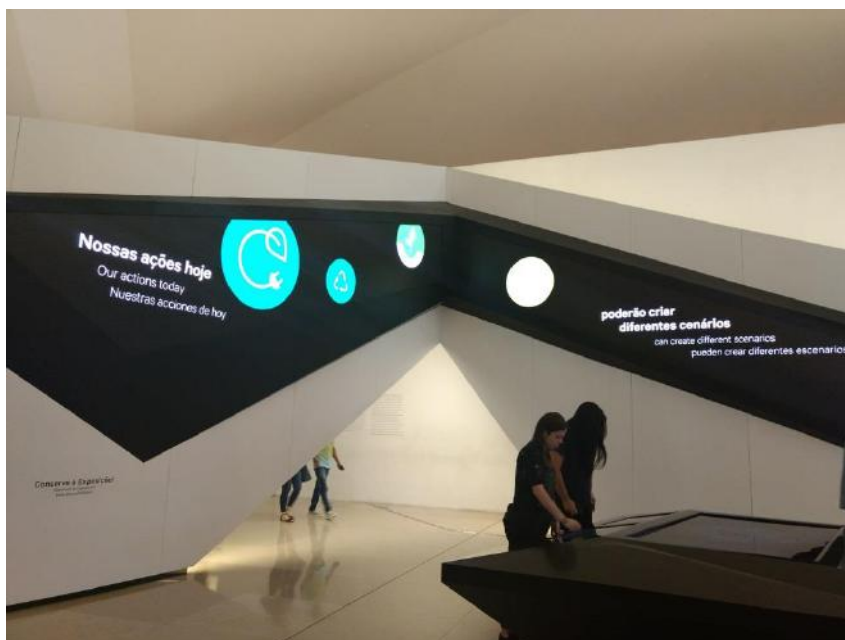


Foto: Beatriz Moura

Imagem 15: “Nós”



Foto: Beatriz Moura

Imagem 16: Vista ao fim da exposição



Foto: Beatriz Moura

Imagem 17: Rampa de saída da exposição principal



Foto: Beatriz Moura

Imagem 18: Paisagem e Museu do Amanhã

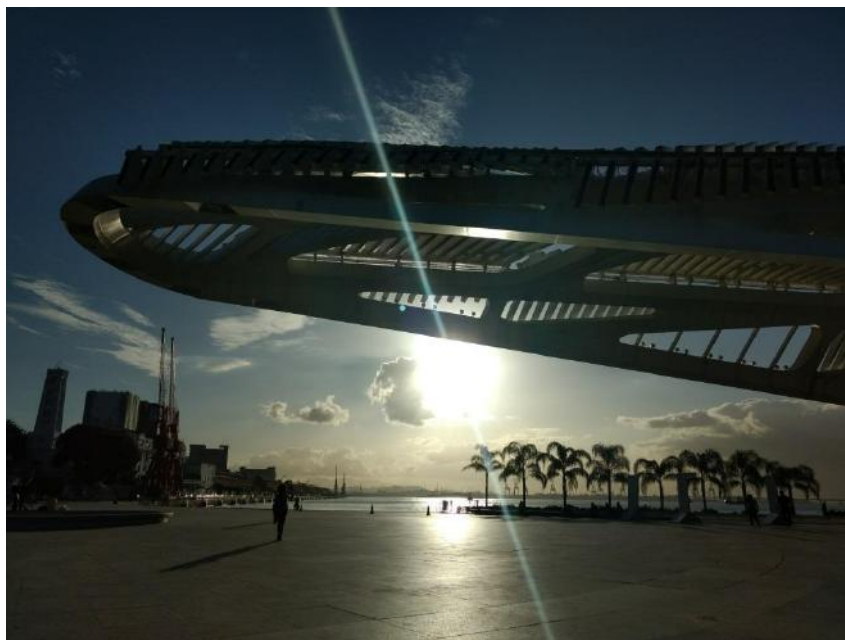


Foto: Beatriz Moura

8. Anexo II: Entrevista

Entrevista concedida, com exclusividade, para fins desta monografia. Realizada no dia 4 de maio de 2016, nos jardins do Museu do Amanhã, com Dino Siwek, coordenador de pesquisa e engajamento de público do Museu do Amanhã. Entrevistadora: Beatriz Moura.

Beatriz Moura: Primeiro, gostaria de saber como seu trabalho de engajamento de público é desenvolvido.

Dino Siwek: O meu cargo é de pesquisa e engajamento de público. Acredito que essas duas questões são fundamentais e estão relacionadas. Meu trabalho começa a partir da experiência dos visitantes e busca entender o que é esse museu, o que eles buscam, o que encontram e também um pouco o que fazem a partir daqui. Na área de engajamento, o nosso desafio é buscar caminhos para potencializar a experiência daquelas pessoas que desejam ter uma relação mais profunda com o museu e com os temas tratados. Além disso, ser atento e possibilitar que esse espaço seja de inclusão para as pessoas que não frequentam museus e que não estão acostumadas com a experiência. Acho que também existe esse lado, a preocupação de que seja um espaço formador de público. Existe um pouco esse desafio. Não é fácil trazer as pessoas para dentro de um museu, um museu tradicional, mas daqui a pouco a gente pode entrar mais no Museu do Amanhã e eu acho que a gente tem algumas peculiaridades. Muitas vezes você já passou por todo esforço para entrar no museu, e, ao entrar, não se sente acolhido, acha que aquilo não é para você e isso piora ainda mais. Se a pessoa tinha aquela impressão, aquele desconforto de “será que esse lugar é para mim?”, na hora em que ela vai e acha que não é mesmo, fica muito difícil você recuperar. Então, eu acho que existe o trabalho de olhar para o público em geral, entender a experiência como um todo do museu, mas também, sobretudo, observar essas pontas: como a gente aprofunda a experiência de pessoas que querem aprofundar e, ao mesmo tempo, como a gente garante que o museu é um espaço acolhedor para todos.

Você acha que a interatividade é importante nisso?

Sim, eu acho que a interatividade ajuda ao estimular a fazer sozinho, a mexer nas coisas, a navegar. Talvez ela possibilite um conforto um pouco maior com o espaço do que quando a gente pensa num museu como aquele cubo branco clássico da arte.

Isso. Muita gente liga o museu à arte.

É. Quando você tem pouca mobilidade física, por assim dizer, acho que naturalmente seu corpo constrange-se um pouco mais, restringe-se um pouco mais. Entendo que quando acontece ao contrário, quando você tem mais estímulos e mais possibilidades de ação, talvez diminua esse constrangimento. Então, nesse sentido, acho que a interatividade ajuda.

Você acredita que a interatividade também ajuda na questão da codificação da mensagem ao ser um museu de ciência e passar esse tipo de informação?

No nosso museu, a experiência contemplativa dele, as grandes telas, o “Cosmos”, eu tenho impressão de que eles funcionam melhor do que a interatividade. Essa sensação de encantamento é mais atrativa nesse sentido. Eu acho que é muito feliz a escolha da curadoria da primeira experiência ser esse grande filme em 360°, que é um filme bastante emocionante e que tira a pessoa dessa posição.

Você sai do seu dia a dia e passa por uma experiência totalmente nova. Acho que ela é impactante, é poética. Então, a partir disso, você já entra no museu com outra condição. Você não tem aquele choque de “o que é esse quadro que eu não entendi?”. Eu tenho impressão de que essas grandes experiências que o museu tem ajudam mais que o interativo em si. O interativo é uma continuação.

A utilização de computadores, por exemplo, conversa com a sociedade atual, certo?

Com os mais jovens, sim, e também acho que atrai bastante as crianças. Embora eu veja que, por exemplo, aquela experiência dentro do cubo da matéria, que são aqueles tecidos, causa impacto em crianças muito pequenas. E não é uma experiência digital, é uma experiência artística pura. Então, eu acho que são as duas coisas. A gente tinha um certo temor antes da abertura sobre como seria a relação das pessoas mais velhas com o museu, mas a recepção tem sido muito boa. Tínhamos um certo medo: “bom, será que eles também vão saber utilizar?”. Mas, ao mesmo tempo, se a gente pensar, as pessoas mais velhas que estamos falando são da faixa dos 60 aos 70 anos; mais de 70 anos são pouquíssimas pessoas que vêm ao museu porque começam, naturalmente, a diminuir as suas ações fora de casa. As pessoas que têm 70 anos, vamos dizer, há 20 anos, provavelmente, estavam dentro do mercado de trabalho, já tinham um contato com tecnologia, já passaram por esse processo de computador, internet. A experiência que a gente oferece aqui não é muito diferente disso.

E algumas vezes essas pessoas podem vir acompanhadas, isso já facilita?

É, acho que sim. Essa é uma característica do museu. As pessoas costumam vir acompanhadas aqui. Temos o dado de que 95% do nosso público vem acompanhado. É uma característica da experiência cultural, mas eu acho que aqui é ainda mais forte.

Por que você acha que esse modelo interativo foi escolhido pro Museu do Amanhã, em questão de conteúdo?

Alguns motivos. Eu acho que a gente tem um grande desafio que é não transformar o Museu do Amanhã no museu do ontem e, nesse sentido, a ciência avança muito rápido. Em mais de um ano de museu, nós já modificamos mais de cem vezes o conteúdo da exposição principal porque existe uma série de novas descobertas ou mudanças de percepções da ciência. Acontece que uma experiência analógica seria uma experiência muito difícil de modificar, então o digital, o interativo, em termos da concepção curatorial do museu tem a ver com essa necessidade de velocidade, que a gente possa constantemente atualizar o conteúdo a partir do que acontece no mundo.

O Museu do Amanhã quer que o visitante imagine amanhãs possíveis. Você acha que isso complementa o fato do museu ser interativo e, por isso, a pessoa conseguir seguir diversos caminhos dentro do conteúdo?

Ela cria sua própria experiência. É interessante. Confesso que eu não tinha pensado tanto por esse caminho. A gente fala sobre os “amanhãs”, mas o “hoje” é muito forte no museu, o que a gente quer passar é que o amanhã é uma construção do hoje, e que você é parte dessa construção e pode tomar decisões que vão impactar em vários possíveis “amanhãs” e alternativas de futuros. Mas, de fato, a hora que a pessoa navega na sua própria experiência eu acho que ela está fazendo isso de forma prática, então acho que sim. Temos um momento na experiência, que é o “Antropoceno”, que nos trás essa dimensão em escala planetária. É impactante e, por vezes, pode ser uma experiência que tira um pouco a agência das pessoas. No sentido de que você olha e pensa: “bom, olha o tamanho do problema e o que eu, pequena pessoa no meio de outros sete bilhões, posso fazer?”. Acho que a área “Amanhãs”, principalmente com o “jogo da pegada ecológica”, devolve essa agência. Você percebe: “ah, olha só, eu posso comer carne uma vez menos por semana, eu posso andar um pouco menos de carro e eu já passo a ser aquela pessoa que não tá consumindo a Terra toda”. Então, eu acho que essa experiência digital é fundamental.

Os jogos combinam com essa ideia de agência, certo?

É, todos os jogos fazem isso, mas a consciência do amanhã e da ação direta, eu acho que tá muito no jogo da pegada ecológica. O “jogo das civilizações” coloca você como decisor, passa a ser a sociedade, a cidade tomando decisões maiores. O “jogo do humano do amanhã” discute bastante os dilemas éticos, que são uma questão fundamental do tempo por vir. Ele aborda quais decisões nós queremos que sejam tomadas, já que a tecnologia nos permitirá uma série de coisas. Por isso, precisamos refletir sobre isso para que as decisões não venham de forma automática e sejam ruins. Acho que as coisas acabam sendo sempre assim, ao mesmo tempo em que a gente tem possibilidades grandiosas de melhoras no mundo, a gente tem a possibilidade do horror. O último jogo fecha com essas questões dos dilemas éticos que são profundamente humanos. A tecnologia é mais um meio no qual a gente pode tomar boas decisões e más decisões e a tecnologia amplifica essas decisões. Então, acho que essa é a dinâmica dos três jogos.

Vocês sentem que as pessoas saem daqui, com as pesquisas que fazem, refletindo sobre o objetivo do museu?

Sim. A gente tem bastante segurança que as pessoas saem impactadas daqui. O que a gente quer cada vez mais entender, e até fornecer subsídios para, é sobre esse engajamento se transformar em ação. Falamos muito que o amanhã é hoje e hoje é o lugar da ação. Esse é de alguma forma o nosso slogan. Então, a gente sabe que o museu funciona muito bem para impactar as pessoas. No entanto, o que elas vão fazer das suas vidas a partir daqui a gente ainda não sabe, mas é uma questão importante para gente. O trabalho está completo se a gente efetivamente está conseguindo engajar as pessoas nessas questões.

E quanto às pessoas que já vieram aqui, como conseguem puxar esse público para visitar o museu novamente?

É, a própria exposição principal você não conseguiu ver inteira, né? Tem esse desafio, essa questão já da própria curadoria do museu que foi pensada para que fosse uma experiência que não se esgotasse de uma vez só. Inclusive, os interativos funcionam mais nas outras vezes, já que você começa a ver o que você não viu e aprofundar o seu conhecimento. Essa é uma das formas. Além dessa, temos uma programação extensa de palestras, workshops, seminários, oficinas, que buscam também aprofundar e olhar mais detalhadamente para os nossos temas principais. Eles são um convite ao retorno. Temos exposições temporárias,

tem o Laboratório de Atividades do Museu do Amanhã que também conta com exposições. Achamos que há uma série de ações que convidam ao retorno por nossa programação ser bastante extensa. E o museu também é um lugar colocado na cena turística da cidade do Rio de Janeiro, a gente não está só na cena dos museus, fazemos parte de um roteiro que, por vezes, inclui o Pão de Açúcar, o Cristo, a praia. E, nesse sentido, muitas pessoas voltam ao museu para apresentá-lo às outras pessoas. Então, a gente tem, por exemplo, o programa de amigos, que é uma das formas das pessoas se engajarem mais com o museu. O programa, cada vez que o amigo vem, dá gratuidade para o ele e para mais uma pessoa. Falamos muito para eles que eles são embaixadores do museu. Usamos a característica social do museu de, eventualmente, a pessoa levar outras pessoas. Então, existe o retorno que é de apresentar o museu para outras pessoas.

Você falou sobre os Amigos do Museu do Amanhã, ele foi desenvolvido pensando em levar mais público para o museu. Quais os outros objetivos?

Em geral, os programas de amigos dos museus têm dois objetivos: tanto o de engajamento, quanto o de contribuição financeira. Temos um foco bem grande no engajamento. O nosso convite para os amigos é de, efetivamente, se aprofundarem naquilo que o museu pode oferecer, além de ser um convite, muitas vezes, para que eles sejam parte também na construção do que esse museu será. O programa de amigos é um programa que a gente faz bastante pesquisa, conversa com os nossos amigos, abre espaço para que eles proponham ações, tragam ideias, sejam um pouco esses nossos representantes na sociedade civil, por assim dizer.

Eles percebem o museu de outra maneira?

É, para que possam ser aquelas pessoas que vão levar para o seu círculo de amizades, para sua família o que esse museu é, o que ele pretende ser, qual que é a mensagem. Porque, além desse prédio, a gente tem uma mensagem que é muito poderosa, que a gente acredita muito, e que a gente acha que é muito relevante para sociedade como um todo. E os amigos são mais uma das pessoas que a gente conta para propagar essas mensagens, para que levar essa conversa além desse espaço. Então, o nosso estímulo aos amigos é que eles se sintam potentes o suficiente para contribuírem e para que eles entendam que também podem ser proponentes do que acontece aqui.

O museu está ligado à mudança dessa área do Rio de Janeiro. Como estar aqui beneficia o Museu do Amanhã?

Essa é uma questão bastante complexa. Esse museu, inclusive, foi pensado antes desse espaço. Quando começaram a falar sobre a possibilidade de ter o museu que veio a ser o Museu do Amanhã, ele não era aqui. Ele passou a ser aqui a partir do momento que começou o projeto de renovação urbana aqui dessa região e foi colocado um arquiteto-estrela para realmente fazer um marco dessa transformação. Nesse sentido, é claro que a gente ganhou muito mais visibilidade. Temos realmente um público bem grande que vem ao Museu do Amanhã sem saber exatamente o que é o museu, mas vem por causa da arquitetura, que é impactante. Vem também porque viu muito o museu na mídia, acho que esse é o primeiro impacto.

O segundo impacto acredito que tem muito mais a ver sobre o fato de estarmos aqui significar compreender o lugar em que estamos, então você pode ver que eu, por exemplo, não uso o termo “revitalização”, porque revitalização é um termo que por vezes é um pouco cruel. Ele quer dizer “trazer de volta a vida” e isso significa que essa região era uma região morta, o que não é verdade. Essa é uma região fundamental para a cultura do Rio, fundamental para a cultura brasileira. Antes do museu, já existia uma população grande que morava aqui, que tinha suas ações e que a gente espera que seja beneficiada também.

Então, nesse sentido, por exemplo, o museu tem também o seu programa de vizinhos, que é justamente uma forma de se integrar com esse espaço para que as pessoas que aqui estavam também tenham o museu como um instrumento importante para suas vidas, e não que elas observem isso como um marco arquitetônico com o qual elas não se relacionam. Por outro lado, dentro da nossa própria programação a gente também reflete sobre a região. A própria história desse local passa a ser contada aqui, dentro do museu. Temos, por exemplo, uma série de seminários chamada “Mauá 360”. Ela começou a partir da ideia de olhar a estátua do Barão de Mauá e fazer um giro de 360° no qual você conta 500 anos de história do Rio de Janeiro. A partir da chegada dos portugueses na baía, os morros que foram as fortificações de defesa, depois você passa pelo próprio Mosteiro São Bento que é um exemplo de arquitetura barroca do século XVIII. Chegamos no Morro da Providência, que é a primeira favela do Brasil e possua o nome de Morro da Favela, que vem de uma planta de Pernambuco. Passamos, ainda, pelo Cais do Valongo, que é uma história que não pode jamais ser esquecida, tem a ver com a chegada de entre 500 mil e 2 milhões de africanos que foram escravizados. Temos a Pedra do Sal e a origem do samba, depois a

Rádio Nacional que era aqui neste edifício, que é, de certa forma, um marco dos arranha-céus modernos do Brasil e o local onde a Rádio Nacional propagava a música dessa região para todo Brasil. E, finalmente, você chega no século XX com o MAR e com o Museu do Amanhã.

Além disso, fizemos um processo de formação com os jovens da região a partir desse seminário para que eles também se sintam orgulhosos da história que eles têm e que muitas vezes é esquecida. Esse seminário segue refletindo sobre essas temáticas da região e agora em junho a gente tem o próximo que falará justamente sobre a candidatura do Cais do Valongo a patrimônio da humanidade. Então, eu acho que o museu se beneficia muito desse lugar que ele está, mas também pelas pessoas e pela história que aqui existia, não porque a gente foi colocado apenas para ser um marco de um novo processo de desenvolvimento. Acredito que a localização ajuda no turismo, mas a região nos traz uma densidade de conteúdo que é muito relevante para gente.

Sobre o “boom” de quando o museu inaugurou e teve um público imenso, como é que vocês fazem para continuar buscando novas pessoas?

Eu diria que a gente ainda está um pouco no “boom”. No entanto, uma coisa que é importante e nós estávamos falando é estimular a segunda visita. Agora, por exemplo, nós acabamos de inaugurar uma exposição temporária, que é a primeira exposição que estamos fazendo a divulgação um pouco mais maciça na mídia. Eu diria que 95% do nosso público ainda está visitando pela primeira vez o museu, ainda está aproveitando esse conhecimento sobre o museu. Por mais que a gente tenha estratégias de comunicação de longo alcance, por mais que a gente tenha um interesse grande da imprensa, que nos ajuda em divulgação, é através do conteúdo que nos fortalecemos. Sempre vai ter uma boa parcela do nosso público que está vindo conhecer, uma boa parcela que é turista e veio ao Rio de Janeiro já com essa recomendação. No entanto, a gente precisa ter um conteúdo que seja potente e relevante o suficiente para as pessoas.

Acredito que a estratégia principal de qualquer museu é de que a pessoa venha e saiba que ela vai conhecer uma coisa interessante, vai participar de um debate rico e aprender uma coisa nova. E também que ela vai ter uma experiência boa, agradável, vai se sentir bem tratada, acolhida. Eu acho que todas essas coisas são importantes, elas permitem que você se aprofunde mais sobre o que é o museu. Às vezes uma experiência ruim que você teve na

porta do museu já estraga todo o conteúdo que você poderia receber, então, essas coisas estão todas conectadas.

Voltando para a parte da ciência, muitas vezes os conteúdos são profundos, científicos, você acha que isso atrai as pessoas? Elas perceberem que estão aprendendo uma coisa nova e que aquilo pode fazer diferença na vida delas?

Acho que sim. Quando a gente pensa sobre o porquê uma pessoa escolhe ir ao museu a gente concorre com o tempo livre das pessoas, acho que essa é a verdade. Eu costumo dizer que o MAR, o CCBB não são concorrentes nossos, inclusive, eu acho que é ao contrário, quanto mais a pessoa for ao MAR, mais chance ela tem de vir aqui porque a gente constrói o hábito. Então, nesse sentido, a gente pode concorrer com a praia, a gente pode concorrer com o shopping, a gente pode concorrer com o futebol, com uma série desses tipos de atividades. Então acho que se a pessoa escolher vir ao museu ela tá aproveitando o momento de lazer no seu tempo livre, mas não é qualquer lazer, eu acho que tem a ver com isso, a pessoa escolhe um museu porque espera ganhar alguma coisa daqui que seja de conhecimento (penso eu), então é fundamental que a pessoa aprenda uma coisa nova ou que ela venha aqui e exercite a sua capacidade intelectual, da pessoa pensar “ah, será que isso faz sentido ou não faz?”.

Eventualmente, acontece de um visitante perceber um erro na exposição, às vezes é um erro até de digitação, mas ele se colocar à frente do conteúdo de forma crítica é uma coisa muito relevante. Eu acho que isso é uma das contribuições que a gente pode dar, você exercer o seu senso crítico em qualquer lugar da sua experiência de dia a dia. Então, o conhecimento, exercer o senso crítico, todas essas coisas são muito relevantes. A gente escuta até, algumas vezes, um tipo de crítica de que “isso é só lazer” e eu entendo essa crítica e acho que ela é importante. A experiência dentro de um museu precisa estar envolvida por um certo entretenimento, um certo gostar, pelo menos para boa parte das pessoas, até você se tornar realmente um frequentador ativo. Nesse começo da jornada por museus, o entretenimento é importante, mas ele não pode ser só isso, alguma coisa a mais precisa acontecer.

E você acha que por esse motivo ele atraiu tantos visitantes que não visitavam outros museus?

Eu acho que a curiosidade muito grande e que a construção é muito impactante. Mas, também, ele é um prédio imponente e tínhamos um certo receio sobre se as pessoas iam entrar. A gente tinha muita confiança na exposição principal, no conteúdo em si, mas como a pessoa vai lidar com um prédio dessa imponência? E a verdade é que foi rapidamente aceito. Então, no primeiro fim de semana do museu a gente fez um “viradão” e nós recebemos 25 mil pessoas em 36 horas abertas. Então a hora que aconteceu isso, “O que vocês fizeram para que isso acontecesse?”, a gente abriu as portas. A gente teve muita divulgação, tudo isso, mas a gente abriu as portas e as pessoas aceitaram esse museu. Foi um presente esse início. Acredito que o bom trabalho conseguiu manter o museu nessa onda e continuamos surfando nesse início de atividade.

Para você, qual é a relevância do Museu do Amanhã?

Uau. Eu acho que existem quatro coisas. Uma delas é quando a gente pensa sobre essa área dos “Amanhãs”, que a gente afirma que as mudanças climáticas e a desigualdade social são dois grandes temas que a gente precisa enfrentar como humanidade no próximo século para prosperar. E, junto com isso, os dois valores principais que o museu trabalha, a sustentabilidade e a convivência, que são valores universais. Acredito que a gente vive num momento muito delicado, acho que de alguma forma nós retrocedemos em valores humanistas, no conhecimento, na liberdade, no respeito à ciência e ao outro. Por isso, temos visto todos esses enfrentamentos que são muito complexos. Confesso que eu não esperava que a gente fosse regredir a esse ponto e que nós, em 2017, voltássemos ao nível mais básico de discussão sobre direitos humanos, sobre liberdade, sobre conhecimento, sobre sustentabilidade; achei que a gente já tinha conseguido avançar um pouco. Então, nesse sentido, o museu com essa mensagem é fundamental para fazer a sociedade olhar também para isso. Precisamos colocar esses temas na agenda pública e impactar o debate político em grande escala. Eu acho que isso é o fundamental desse museu, que a gente tem um papel a cumprir na sociedade em momentos de pouco diálogo, pouca tolerância, pouca busca pela verdade científica. Quando a gente vive esse momento da pós-verdade, por exemplo, que basta você dizer qualquer coisa por mais absurda que ela seja, a gente tem que estar aqui para combater isso e voltar a buscar um mundo que sabemos que é possível e que precisa acontecer.

Então, temos esse diálogo que gostaríamos que fosse, sobretudo, para evitar o que gostaríamos que não fosse. Abrimos o museu, por exemplo, próximo à COP-21 de Paris,

na qual se firmou um compromisso bastante interessante com relação à sustentabilidade. E, agora, foi só o Trump entrar no poder, que a gente já regrediu tudo isso. O museu é importante para esse olhar atento às questões da ciência, da convivência. Essas duas perguntas: “como queremos viver uns com os outros?” e “como queremos viver com o planeta?”, que são a base dos nossos eixos ético, são perguntas fundamentais para nossa vida em sociedade. E para que a gente possa olhar em uma linha do tempo, daqui a dez, vinte, trinta anos, e falar “olha só, estamos melhores e temos valores que fazem mais sentido sobre aquilo que a gente entende que é a humanidade, que é ser humano”.

O museu tornou acessíveis esses questionamentos ao público em geral?

É assim que a gente espera. A proposta do museu é ser acessível nesse sentido, mas sem perder o rigor científico. Essa foi a configuração que se trabalhou muito para chegar, que fosse abrangente, que todo mundo pudesse compreender essa mensagem e, ao mesmo tempo, que existisse o rigor científico, fosse profundo e não tratasse as pessoas como se elas não pudessem entender essa mensagem. Pelo contrário, as pessoas precisam ser desafiadas intelectualmente. Fazemos isso, mas com sutileza e por um caminho que você pode seguir aos poucos. Você vai entrando. É como subir uma pequena escada e não uma parede, você vai chegar lá, mas você vai chegando aos poucos.